| I SAGGI DI LEXIA
38

Massimo Leone

COLPIRE NEL SEGNO

LA SEMIOTICA DELL'IRRAGIONEVOLE

Open Access

I SAGGI DI LEXIA / 38

Colpire nel segno

Modaioli, creduli, bastian contrari, cinici, *trolls*, complottisti, odiatori da tastiera, delatori, sciovinisti, falsi profeti, qualunquisti, fondamentalisti, populisti, censori: la comunicazione digitale contemporanea pullula di discorsi irragionevoli. Essi disgregano l'opinione pubblica, smantellano il senso comune, impediscono la formazione di una comunità d'interpreti, aizzano al conflitto, screditano le critiche, scardinano il gioco della conversazione sociale, con ricadute spesso pesanti per l'ambiente, la politica, l'economia. Stretta fra gli opposti pericoli dell'ermeneutica fondamentalista, che svilisce il testo vincolandolo a una sola interpretazione, e dell'esegesi decostruzionista, che pure lo frustra escludendo ogni idea di gerarchia valoriale, la semiotica deve colpire nel segno: alternativa sia alle scienze esatte e naturali, che si occupano di cause ed effetti, sia all'ideologia, che esalta o stigmatizza, la disciplina del senso guarda al linguaggio come filtro inevitabile della realtà, cerca un ordine nel caos apparente della comunicazione irragionevole, ne sottolinea i rischi, e soprattutto promuove un rinnovato senso della ragionevolezza, un'idea di gioco semiotico nel quale tante mosse sono permesse, ma pur sempre nel quadro di regole chiare e rispettate da tutti.

Massimo Leone è professore ordinario di Semiotica della Cultura presso il Dipartimento di Filosofia e Scienze dell'Educazione dell'Università degli Studi di Torino e professore a tempo parziale presso il Dipartimento di Lingua e Cultura Cinesi dell'Università di Shanghai. Le sue ricerche si concentrano sulla semiotica della religione e sulla semiotica della cultura. Tra le sue monografie: *Religious Conversion and Identity: The Semiotic Analysis of Texts* (Routledge, 2004); *Saints and Signs: A Semiotic Reading of Conversion in Early Modern Catholicism* (Walter de Gruyter, 2010); *Sémiotique de l'âme* (Presses Académiques Francophones, 2012); *Annunciazioni: Percorsi di semiotica della religione* (Aracne, 2014); *Spiritualità digitale: Il senso religioso nell'era della smaterializzazione* (Mimesis, 2004); *Sémiotique du fondamentalisme religieux : Messages, rhétorique, force persuasive* (l'Harmattan, 2014); *Signatim: Profili di semiotica della cultura* (Aracne, 2015). È stato curatore di una trentina di volumi collettivi e autore di oltre cinquecento articoli su riviste specializzate. È editor–in–chief della rivista internazionale di semiotica « Lexia » (SCOPUS) e co–dirige le collane "I saggi di Lexia" (Aracne) e "Semiotics of Religion" (Walter de Gruyter). Dirige il progetto ERC Consolidator FACETS – Face Aesthetics in Contemporary E–Technological Societies (2019–2024).

CC BY-NC-ND 4.0

In copertina

Philip Reinagle, *Cupid Inspiring Plants with Love*, 1807, olio su lino, 43.5 x 34.5 cm, The Fitzwilliam Museum, Cambridge (UK). Immagine di pubblico dominio. Adattata come immagine di copertina.

ISBN 978-88-255-3381-1

9 788825 533811

euro 18,00

I SAGGI DI LEXIA

38

Direttori

Ugo Volli
Università degli Studi di Torino

Guido Ferraro
Università degli Studi di Torino

Massimo Leone
Università degli Studi di Torino

I SAGGI DI LEXIA

Aprire una collana di libri specializzata in una disciplina che si vuole scientifica, soprattutto se essa appartiene a quella zona intermedia della nostra enciclopedia dei saperi — non radicata in teoremi o esperimenti, ma neppure costruita per opinioni soggettive — che sono le scienze umane, è un gesto ambizioso. Vi potrebbe corrispondere il debito di una definizione della disciplina, del suo oggetto, dei suoi metodi. Ciò in particolar modo per una disciplina come la nostra: essa infatti, fin dal suo nome (semiotica o semiologia) è stata intesa in modi assai diversi se non contrapposti nel secolo della sua esistenza moderna: più vicina alla linguistica o alla filosofia, alla critica culturale o alle diverse scienze sociali (sociologia, antropologia, psicologia). C'è chi, come Greimas sulla traccia di Hjelmslev, ha preteso di definirne in maniera rigorosa e perfino assiomatica (interdefinita) principi e concetti, seguendo requisiti riservati normalmente solo alle discipline logico–matematiche; chi, come in fondo lo stesso Saussure, ne ha intuito la vocazione alla ricerca empirica sulle leggi di funzionamento dei diversi fenomeni di comunicazione e significazione nella vita sociale; chi, come l'ultimo Eco sulla traccia di Peirce, l'ha pensata piuttosto come una ricerca filosofica sul senso e le sue condizioni di possibilità; altri, da Barthes in poi, ne hanno valutato la possibilità di smascheramento dell'ideologia e delle strutture di potere... Noi rifiutiamo un passo così ambizioso. Ci riferiremo piuttosto a un concetto espresso da Umberto Eco all'inizio del suo lavoro di ricerca: il "campo semiotico", cioè quel vastissimo ambito culturale, insieme di testi e discorsi, di attività interpretative e di pratiche codificate, di linguaggi e di generi, di fenomeni comunicativi e di effetti di senso, di tecniche espressive e inventari di contenuti, di messaggi, riscritture e deformazioni che insieme costituiscono il mondo sensato (e dunque sempre sociale anche quando è naturale) in cui viviamo, o per dirla nei termini di Lotman, la nostra semiosfera. La semiotica costituisce il tentativo paradossale (perché autoriferito) e sempre parziale, di ritrovare l'ordine (o gli ordini) che rendono leggibile, sensato, facile, quasi "naturale" per chi ci vive dentro, questo coacervo di azioni e oggetti. Di fatto, quando conversiamo, leggiamo un libro, agiamo politicamente, ci divertiamo a uno spettacolo, noi siamo perfettamente in grado non solo di decodificare quel che accade, ma anche di connetterlo a valori, significati, gusti, altre forme espressive. Insomma siamo competenti e siamo anche capaci di confrontare la nostra competenza con quella altrui, interagendo in modo opportuno. È questa competenza condivisa o confrontabile l'oggetto della semiotica.

I suoi metodi sono di fatto diversi, certamente non riducibili oggi a una sterile assiomatica, ma in parte anche sviluppati grazie ai tentativi di formalizzazione dell'École de Paris. Essi funzionano un po' secondo la metafora wittgensteiniana della cassetta degli attrezzi: è bene che ci siano cacciavite, martello, forbici ecc.: sta alla competenza pragmatica del ricercatore selezionare caso per caso lo strumento opportuno per l'operazione da compiere.

Questa collana presenterà soprattutto ricerche empiriche, analisi di casi, lascerà volentieri spazio al nuovo, sia nelle persone degli autori che degli argomenti di studio. Questo è sempre una condizione dello sviluppo scientifico, che ha come prerequisito il cambiamento e il rinnovamento. Lo è a maggior ragione per una collana legata al mondo universitario, irrigidito da troppo tempo nel nostro Paese da un blocco sostanziale che non dà luogo ai giovani di emergere e di prendere il posto che meritano.

Ugo Volli

Massimo Leone

Colpire nel segno

La semiotica dell'irragionevole

Aracne editrice

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

Copyright © MMXX
Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale

www.gioacchinoonoratieditore.it
info@gioacchinoonoratieditore.it

via Vittorio Veneto, 20
00020 Canterano (RM)
(06) 45551463

ISBN 978-88-255-3381-1

CREATIVE COMMONS

I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.

I edizione: giugno 2020

Alla comunità delle semiologhe
e dei semiologi ragionevoli

Indice

13 *Introduzione*

21 Capitolo I
De lusoribus*: il discorso del semiologo*

1.1. Metodo e ottimismo, 21 – 1.2. Metodo e pessimismo, 22 – 1.3. La semiotica in gioco, 23 – 1.4. Gioco e insensatezza, 23 – 1.5. Come si vince in semiotica, 26 – 1.6. Dal gioco allo spettacolo, 27 – 1.7. Dal gioco al mondo, 29 – 1.8. *Est ludus in rebus*, 30.

37 Capitolo II
De credulis*: il discorso dell'uomo qualunque*

2.1. *Est moda in rebus*, 37 – 2.2. *In moda stat virtus*, 38 – 2.3. *Moda propria*, 40 – 2.4. *Moda vult decipi*, 42 – 2.5. *Moda semper certa est*, 43 – 2.6. *Moda ponens, moda tollens*, 44 – 2.7. *Moda capta est*, 48 – 2.8. *Moda in mobili*, 50.

51 Capitolo III
De certatoribus*: il discorso del bastian contrario*

3.1. Il contesto, 51 – 3.2. Il caso di studio, 52 – 3.3. *Clivage*, 54 – 3.4. Relativizzazione comparativa, 58 – 3.5. Sarcasmo ottundente, 63 – 3.6. Anonimato, 66 – 3.7. Responsabilità, 69 – 3.8. Complotto, 73 – 3.9. Il quadrato semiotico della formazione rituale dell'opinione pubblica, 75 – 3.10. Ideologie sintattiche, 79.

83 Capitolo IV
De scurris*: il discorso del comico*

4.1. Il significante del riso, 83 – 4.2. L'intenzionalità del riso, 84 – 4.3. *Langue* e *parole* del riso, 86 – 4.4. Ridere del cibo, 87 – 4.5. Ridere del vegano, 90.

93 Capitolo V
De ioculatoribus*: il discorso del* troll

5.1. L'arte del *trolling*, 93 – 5.2. *Trolling versus* provocazione, 94 – 5.3. *Trolling versus* scherzo, 96 – 5.4. *Trolling versus* anonimato difensivo, 98 – 5.5. *Trolling versus* discorso pubblico, 100 – 5.6. *Trolling versus* polemica, 101 – 5.7. *Trolling versus* menzogna, 102 – 5.8. Dolore, 103 – 5.9. Meta–dolore, 104 – 5.10. *Risus abundat*, 105.

107 Capitolo VI
De conjuratis*: il discorso del complottista*

6.1. Eco *versus* Brown, 107 – 6.2. I limiti dell'interpretazione, 108 – 6.3. I fondamenti semiotici della ragionevolezza interpretativa, 111 – 6.4. I nemici dell'interpretazione ragionevole, 113 – 6.5. L'eredità semio–etica di Umberto Eco, 115.

119 Capitolo VII
De clancularis*: il discorso dell'anonimo*

7.1. Definizione di anonimia, 109 – 7.2. I formati dell'anonimia, 120 – 7.3. Anonimia e autorialità, 120 – 7.4. Anonimia e indicalità, 121 – 7.5. Anonimia e censura, 122 – 7.6. L'anonimato di massa, 123 – 7.7. Anonimia ed empiria, 124 – 7.8. Forme dell'anonimato contemporaneo, 125 – 7.9. L'anonimato aggressivo, 126 – 7.10. Anonimia e delazione, 127 – 7.11. I giga di Gige, 128.

131 Capitolo VIII
De autochthonibus*: il discorso del nativo*

8.1. La Grecia fuori dall'Europa, 131 – 8.2. La Grecia sopra l'Europa, 133 – 8.3. La Grecia fra Europa e Asia, 134 – 8.4. La Grecia a difesa dell'Europa, 135 – 8.5. Semio–geografia delle culture, 136.

139 Capitolo IX
De prophetis*: il discorso dell'espatriato*

9.1. Breve semantica di una locuzione proverbiale, 139 – 9.2. Profeti e profetucoli, 141 – 9.3. Un monito, 147.

149 Capitolo X
De profugis*: il discorso del fuggitivo*

10.1. Fuga e narratività, 149 – 10.2. Fuga verso il futuro, 150 – 10.3. Fuga verso il passato, 151 – 10.4. Fuga verso il presente, 152 – 10.5. Il pericolo degli estremi, 152 – 10.6. Aspettualità della fuga, 153 – 10.7. Il racconto della fuga, 155 – 10.8. Dignità della fuga, 157.

159 Capitolo XI
De ducibus*: il discorso del leader*

11.1. Necessità dell'approccio semiotico, 159 – 11.2. Una rivoluzione prossemica, 161 – 11.3. Un corpo populista?, 164 – 11.4. Un corpo gesuitico, 165 – 11.5. La comunicazione del discernimento, 170.

177 Capitolo XII
De proselytis*: il discorso del fondamentalista*

12.1. Fondamentalismo e persuasione, 177 – 12.2. La propaganda per l'Europa, 180 – 12.3. La retorica verbale del fondamentalismo, 182 – 12.4. La retorica visiva del reclutamento, 185 – 12.5. Reincantare i proseliti, 189.

191 Capitolo XIII
De proditoribus*: il discorso del dittatore*

13.1. Schemi di rivelamento, 191 – 13.2. La propaganda per la taciturnità dalla seconda guerra mondiale, 196 – 13.3. Ideologie del silenzio, 208.

211 Capitolo XIV
De immortalibus*: il discorso della cultura*

14.1. Strategie d'immortalità tra scienza e fantascienza, 211 – 14.2. Mortalità e immortalità delle culture, 213 – 14.3. Reviviscenza del patrimonio culturale, 215

– 14.4. Gestione *smart* del patrimonio culturale, 217 – 14.5. Strategie patrimoniali, 219 – 14.6. Strategie matrimoniali, 221 – 14.7. Le Banche della Cultura, 222 – 14.8. Rigenerazione narrativa, 223.

225 *Conclusioni*

229 *Bibliografia*

Introduzione

Colpire nel segno non è un libro violento, anzi. Tutto il contrario. Si colpisce nel segno, nell'accezione che vogliamo dare a questa espressione, affinché non si colpisca altro, e non si colpisce altro fino a che si continui a colpire nel segno. Che cosa vuol dire, allora, questa espressione? In primo luogo, significa che del mondo non ci si interessa come fanno i biologi, o gli economisti, in modo pressoché diretto, cercandovi e cogliendovi legami di causa ed effetto, bensì situandosi nell'intercapedine del linguaggio. Colpire nel segno vuol dire affrontare i problemi non di petto ma di fino, osservando di continuo come il linguaggio e la cultura s'insinuino fra i soggetti e la realtà mediandone la relazione, plasmandola, alterandola. Questo approccio non è immediato ma non per questo è indiretto; rientra, a ben vedere, nelle corde più antiche e precipue della semiotica, per esempio in quella inaugurata da Charles S. Peirce. Colpire nel segno vuol dire allora non curarsi di cause ed effetti ma, tuttalpiù, di oggetti e di indici, notare cioè come abiti interpretativi sedimentatisi nella cultura attraverso il linguaggio filtrino il rapporto fra azioni e reazioni, soggetti e oggetti.

Né bisogna pensare che questo approccio sia emotivamente distante; tutt'altro. È invece proprio per stare più vicini al cuore dei fenomeni sociali, e starvi vicino anche dal punto di vista di una ragionevole partecipazione, che si sceglie di colpire nel segno, e non altrove. Altro punto da sfatare: colpire nel segno non significa che la realtà attorno al segno non esista più, non sia mai esistita, o non sia rilevante; significa, al contrario, rendersi conto che, soprattutto con l'estendersi e il proliferare dell'ambito della comunicazione, con la digitalizzazione, e più in generale con l'esplosione

tecnologica delle possibilità di scambio simbolico fra soggetti, la realtà esiste sempre meno da sola, e sempre più invece sussiste come riflesso di un brulichio di discorsi spesso confusi.

Si prenda ad esempio la tragica situazione vissuta prima dalla Cina, poi dalla Corea dal Sud, in seguito dall'Iran, dall'Italia e da moltissimi altri Paesi del mondo a seguito della diffusione del "Coronavirus": in questa come in vicende analoghe, la profonda incertezza che regna sia nell'ambito della formazione dell'opinione pubblica sia in quello della costituzione del sentire, del volere, e dell'agire politico, è dovuta in parte, sì, alla mancanza di conoscenza e dati scientifici a proposito della natura e del comportamento del virus, ma è senza dubbio moltiplicata dal fatto che, su questa ignoranza e su questo deficit di dati, s'innestano dinamiche discorsive a spirale, che allontanano sempre più i cittadini dalla conoscenza, frapponendo tra quelli e questa un numero crescente di filtri discorsivi. Ognuno di essi traduce l'informazione ma molti per soprammercato la distorcono, come specchi opachi o anamorfici introducono interpretazioni irragionevoli della realtà, travisano i dati, costruiscono teorie del complotto.

Mentre le scienze giustamente vorrebbero spazzar via tutti questi ostacoli alla conoscenza per realizzare una società nella quale l'informazione corretta circoli senza distorsioni di sorta, la semiotica si rende conto che tale obbiettivo è utopico, e che la strategia di una purificazione assoluta della semiosfera, dello spazio astratto in cui circola la cultura, non è possibile. Ed è impossibile non tanto perché la quantità di queste incrostazioni è enorme e si accresce esponenzialmente, quanto perché lo stesso discorso scientifico, o quello economico che vorrebbe sé stesso a stretto contatto con la realtà, è spesso coinvolto in queste dinamiche discorsive, toccato dai suoi tentacoli, invischiato e avviluppato all'incrocio sempre più denso e inestricabile fra fenomeno e rappresentazione.

La semiotica allora non sviluppa affatto un'epistemologia relativista, che neghi la solidità o persino la possibilità della conoscenza scientifica; né tantomeno propugna una sostituzione della realtà con la sua rappresentazione; al contrario, alleata di tutti coloro che, nella scienza come nell'economia, nel diritto come nella politica, sostengono l'opportunità della ragionevolezza, affina la sua arma, l'unica che veramente essa possegga, quella dell'analisi semio–linguistica dei testi, dei discorsi, delle pratiche, e delle forme di vita, al fine di colpire nel segno, ovvero mostrare secondo quali regolarità, codificazioni spontanee, persino grammatiche, l'opinio-

ne pubblica si distorce, il pensiero scientifico si opacizza, la spiegazione socio–economica si corrompe, così che fra i cittadini e la realtà finisca per ergersi un muro sempre più spesso di notizie false, o *fake news* come si suole denominarle oggi, teorie del complotto, leggende urbane, nuove ideologie, fino ad arrivare al discorso dell'odio e del *trolling* che proliferano nelle reti sociali telematiche.

Prima ancora di sbarazzarsene, e anzi con la speranza di poterlo progressivamente fare, la semiotica ambisce a mostrare che questo caos comunicativo in realtà non è un caos; che vi è una logica dietro l'irragionevolezza interpretativa, e segue schemi che la semiotica può sicuramente cernere, descrivere, forse anche isolare e contrastare. Per farlo, gli antichissimi strumenti che la semiotica ha ereditato dalla retorica, trasformandoli in solide metodologie e strumenti rigorosi nel crogiuolo delle discipline strutturali, devono però allearsi a nuove opportunità conoscitive, cui le scienze umane sempre più accedono, prima timidamente, poi con entusiasmo e competenza crescenti, nell'ambito dell'analisi quantitativa — automatica e semi–automatica — dei dati massivi.

Le società contemporanee producono interpretazioni irragionevoli, le quali inquinano il rapporto conoscitivo fra i soggetti e il mondo, fra i cittadini e la realtà, giacché la mole e la velocità che caratterizzano il circolare sinuoso dell'informazione in queste società sono cresciute a dismisura e continuano a crescere senza freno a seguito dello sviluppo tecnologico. Da un lato, questo progresso dei mezzi di comunicazione ha condotto a possibilità straordinarie, come la facoltà che oggi molti ricercatori del mondo hanno di condividere i propri dati e i risultati dei propri esperimenti al di là delle frontiere nazionali e linguistiche; dall'altro lato, tuttavia, questo proliferare e accelerare delle reti d'informazione ha fatto sì che i singoli cittadini, e soprattutto quelli meno provvisti di strumenti di navigazione, vi rimanessero viepiù impigliati. L'ingresso e il ruolo crescente degli algoritmi a costituire le maglie di questa rete — di modo che, a causa dello sviluppo dell'intelligenza artificiale, essa è sempre più autonoma e sempre meno monitorabile da soggetti umani — peggiora lo squilibrio fra i singoli e l'immensa e apparentemente magmatica massa di discorsi che circolano nel web, in mezzo ai quali pare sempre più difficile reperire dati certi, informazioni sicure, interpretazioni ragionevoli. La semiotica scommette sul fatto che non sia più possibile concentrarsi esclusivamente su questi ultimi, come in una disperata corsa all'oro mediatica, ma sia

necessario, appunto, colpire nel segno, ovvero cogliere le regolarità e le logiche di ciò che a prima vista appare come assolutamente eslege.

Non è vero, per esempio, che le teorie del complotto sono discorsi senza senso: lo sono dal punto di vista della scienza, o di quelle scienze umane che non vogliono o non possono coglierne l'intelligibilità, ma per la semiotica, che studia "tutto ciò che può essere utilizzato per mentire", anche l'invenzione discorsiva più strampalata spesso risulta ricorrere a schemi ricorrenti, a codici dell'invenzione, a grammatiche dell'irragionevolezza. Studiarli, analizzarli, sviscerarli è il primo passo per comprendere in profondità cosa si celi dietro la nube grigia e minacciosa di discorsi a prima vista insensati che si aggira e si accresce per il web, e che arriva a contaminare anche gli altri contesti e canali della comunicazione. L'alleanza fra l'antico sapere analitico e qualitativo della semiotica e gli strumenti che la stessa digitalizzazione mette a disposizione oggi dei ricercatori è allora imprescindibile: è necessario da un lato varare ipotesi qualitative sul formarsi della cultura all'epoca dei big data e, dall'altro lato, testare tali ipotesi anche a mezzo di strumenti digitali, i quali abbinino allo sguardo qualitativo dei ricercatori quello quantitativo dell'intelligenza artificiale.

Solo in questo modo, in effetti, sarà possibile "colpire nel segno" ed evitare, invece, di concentrarsi o persino accanirsi su altro, per esempio colpevolizzando o stigmatizzando gli individui impigliati in questa rete disordinata, oppure, peggio ancora, dando credito alle loro dicerie, alimentandole nel populismo, profittandone nei mercati. I fautori delle teorie del complotto sui vaccini, per esempio, non vanno né criminalizzati né seguiti; vanno innanzitutto compresi, e non tanto nella loro psicologia individuale, che pure è interessante ed è oggetto di altre discipline, quanto nella loro psicologia sociale, la quale non ha più molto a che vedere con i singoli ma con l'irragionevolezza sistemica che emerge come spontaneamente dal web, e che in seguito è spesso sfruttata — questa volta sì, colpevolmente — per mire politiche o economiche.

"Colpire nel segno" ha però anche un altro senso, non quello letterale di "concentrarsi sulla significazione", "puntare l'attenzione sulle rappresentazioni sociali che circolano in una cultura", bensì quello di "mirare giusto", "prendere la mira", ma anche "prendere di mira". Non servirebbe a molto, e sarebbe anzi controproducente, spostare l'attenzione dalla realtà alla sua rappresentazione, dai fatti del mondo al modo in cui sono irragionevolmente interpretati nel calderone della cultura

digitale, se poi a tale spostamento dell'attenzione non si accompagnasse anche un inflessibile rigore nella sua qualità, una capacità di evitare tutto ciò che è vago, impreciso, approssimativo. I fenomeni sociali sfuggono alla disciplina delle scienze esatte, e anche il linguaggio si produce e si sviluppa il più delle volte attraverso logiche complesse, difficilmente catturabili; ciò tuttavia non deve indurre all'impressionismo analitico, ossimoro che indica la tendenza a descrivere le formazioni socio–culturali, e soprattutto quelle del presente, più sfuggenti e ingannatrici, attraverso il filtro dell'ideologia, la quale non è tanto condannabile in sé, quanto perché è, in definitiva, il prodotto di una pervicace pigrizia cognitiva. L'ideologia dimentica di "colpire nel segno" perché intenzionalmente vuole colpire altrove, e prende la mira sbagliata perché in realtà ciò che persegue non è una conoscenza più approfondita dei fenomeni sociali ma l'avanzamento di un'agenda politica; non vi è nulla di male nel promuovere una causa sociale o un modello politico, purché tale promozione avvenga con il suo stesso nome e non surrettiziamente, con l'etichetta dell'analisi, dello studio, o della conoscenza; l'accademia è spesso troppo indulgente verso l'ideologia quando essa sia in qualche modo sentimentalmente vicina a chi ne giudica il rigore metodologico. Al contrario, è necessario guardarsi proprio dal "fuoco amico" degli ideologi che, pur promuovendo nei loro discorsi pseudo–analitici cause che approviamo, in realtà le pregiudicano, in quanto inquinano lo stesso metodo conoscitivo. Occorre invece essere più amici della verità che di Platone, e con un'insistenza ancora maggiore quando Platone ci sia particolarmente simpatico. Ecco perché "colpire nel segno" significa anche non abbandonare mai il metodo, non cedere all'ideologia, sorvegliare le proprie interpretazioni, non affermare, dei fenomeni sociali studiati, più di ciò che è ragionevole cogliere al loro riguardo attraverso le lenti della semiotica o di altre discipline qualitative; non confondere i propri gusti sociali, desideri politici, o inclinazioni etiche con gli obbiettivi e i risultati della ricerca.

I saggi raccolti in questo volume, dunque, si sforzano di mettere a distanza alcuni dei più scottanti fenomeni di comunicazione delle società contemporanee e di tenersene anche a distanza, e ciò non con un senso di freddo distacco bensì nella consapevolezza che tappa essenziale per ogni tentativo di progetto e poi azione sociale è la comprensione, e che una comprensione che osserva il mondo già entusiasta e invaghita delle imma-

gini di come lo vorrebbe, invece che attenta a come esso effettivamente è e parla, è essenzialmente sterile, se non controproducente.

Ma chi decide, e rispetto a quali parametri, quale sia la giusta distanza da tenere rispetto agli oggetti del mondo? È questione annosa, dibattuta in tutte le scienze sociali, spesso dando luogo all'antica dialettica fra fautori della misurazione e promotori della ponderazione, fra quantitativi e qualitativi, positivisti e relativisti, con le varie sfumature intermedie. Si tratta di un dibattito epistemologico secolare e utilissimo, in quanto ha affilato la consapevolezza e spesso anche gli strumenti della ricerca nelle scienze umane e sociali; tuttavia i risultati di questa elaborazione non si possono cogliere mai veramente in astratto, nella teorizzazione generale, ma nei procedimenti empirici che essa ispira nello studio specifico delle società e delle culture. Vi sono allora alcuni indizi concreti per cercare di cogliere questa agognata distanza esatta; sicuramente non si può trovarla nel coro, anche quando esso sembri cantilenare verità sacrosante; quando la voce dello studioso si unisce al coro, in effetti, di fatto vi si perde, diluendo la propria utilità sociale fino a smarrirla. Al contrario, il semiotico dovrebbe sempre sospettare di quelle opinioni e, più in generale, di quelle interpretazioni e visioni del mondo che, in virtù del loro circolare attraverso l'intera semiosfera fin nel suo nucleo, permeandolo, si convertono in una sorta di seconda natura, di abito cognitivo, emotivo, pragmatico. In fondo, le tanto deplorate *"echo chambers"* di cui si parla a proposito della formazione delle opinioni nelle reti sociali non sono altro che una manifestazione di questa dinamica nell'ambito delle nuove tecnologie della comunicazione.

Messa al cospetto della presunta naturalezza di tale doxa, la semiotica deve fare un passo indietro, esattamente come suggeriva Greimas a tutta la sua scuola. Rispetto alle opinioni consolidate, alle interpretazioni sclerotizzate, al senso e al sentire comune, si offrono forse alternative o percorsi paralleli? Si può forse ricostruire la genesi che diacronicamente ha condotto a questo consenso, e cogliervi snodi, suture, cicatrici? Per fare un esempio, a molti è sembrato naturale per secoli utilizzare animali non umani per gli spettacoli, al fine di generare distrazione e divertimento nel pubblico, ma questa pratica sociale non deve forse essere riosservata dal punto di vista del rapporto di comunicazione non solo fra umani, ma anche fra uomini ed animali non umani? Non deve forse essere ricondotta alla biforcazione fra presenza dell'animale non umano nel rito religioso e la sua trasformazione in vittima di uno spettacolo "laico"? È proprio inter-

venendo su questi snodi culturali che si può perlomeno destare l'umano dal proprio sonnambulismo, promuovere una coscienza più profonda del senso di quello che si fa, prima ancora e proprio con il fine che emerga la potenzialità di accorgersi che sia sbagliato o che sia preferibile non farlo più.

La semiotica che colpisce nel segno non è però necessariamente antipatica, un grillo parlante, una voce saccente che risvegli dal rapporto automatico con la realtà, vi scorga delle alternative, inviti a prenderne consapevolezza e, inevitabilmente, complichi il vivere dei soggetti nel mondo, sottraendoli alla spontaneità dell'idea, dell'emozione, del gesto. Se la semiotica si configurasse come una fucina di bastian contrari, come un coro di voci fuori dal coro, il risultato ne sarebbe paradossale, una sorta di grottesca inversione snob dello stereotipo. Questa cieca adesione all'antilogia deve essere evitata tanto quanto il suo contrario, giacché di entrambi pullulano esempi raccapriccianti nell'attuale arena delle idee, specie in quella digitale. Il riflesso di costruire il proprio pensiero in opposizione a quello altrui, infatti, non è meno riflesso di quello che si critica nel pensiero dell'altro. Ecco perché alla semiotica che colpisce nel segno è richiesto di non considerarsi al di sopra delle parti, ma di guardare con empatia e persino a volte con simpatia al proprio oggetto di studio.

Le teorie del complotto, per esempio, a volte hanno effetti sociali devastanti, e sono moralmente ignobili quando stigmatizzano ingiustamente una minoranza, eppure sarebbe strategicamente errato costruire l'idea del complottista come di qualcuno che appartiene a una specie diversa, a un individuo che vive in un mondo con regole malvagie e incomprensibili. Il semiotico che colpisce nel segno, invece, lavora, sì, costantemente per scardinare la supposta naturalità delle opinioni, ma senza mai dimenticare che tale naturalizzazione è invece naturale, non nel senso biologico ma in quello sociale di formazione del linguaggio. La dialettica fra creatività e stereotipizzazione della semiosi è infatti consustanziale alla semiosi stessa, e caratterizza la formazione e la condivisione del senso in tutte le comunità umane; il compito del semiotico è di intervenire per indicare là dove le società si sbilanciano maggiormente su un versante di questa dialettica o sul suo opposto, quando frustrano la nuova intelligenza a causa di un diffuso culto per l'opinione comune e quando, al contrario, falliscono nel forgiare un senso comune a causa di un eccessivo individualismo. In termini ermeneutici, questi eccessi si traducono nei pericoli del fondamentalismo

e dell'anarchia, che sono simmetricamente opposti eppure seguono una logica simile, in quanto entrambi si caratterizzano come essenzialmente impazienti, come incapaci di resistere alla tentazione estetica dell'estremo, di una cultura dove tutto è considerato invariabile o di una cultura dove, al contrario, tutto si muove.

Il semiotico che colpisce nel segno è dunque un arciere particolarmente provetto, perché il suo bersaglio a volte è troppo lontano e a volte si muove troppo, a volte sclerotizza la cultura in un cielo ideale immobile, mentre altre volte la disgrega per farne una nebulosa fluttuante. L'unico modo di cogliere il bersaglio in questi casi è di dotarsi di un buon arco, di frecce acuminate, e di prendere bene la mira, con nervi saldi e tecnica studiata.

Capitolo I

De lusoribus: il discorso del semiologo[1]

En el fondo, el juego es la única actividad universalmente seria.

(Arturo Perez Reverte, *El Club Dumas*, 1993, p. 430)

1.1. Metodo e ottimismo

Vi sono stati, nella storia, diversi fautori del metodo, da Aristotele a Tommaso d'Aquino, da Cartesio a Greimas, eppure non sembrerà irriverente pensare che fossero tutti molto ottimisti, oppure molto fortunati, che godessero di buona salute, o che fossero benedetti con una certa ottusità. Per ottusità qui non s'intenda stupidità, giacché si sono appena menzionate alcune delle menti più brillanti della storia umana, né s'intenda il "senso ottuso" di Barthes, bensì l'opposto semantico di "acuto". Chi propugna il metodo è forse come tutti colpito dalle vicissitudini della vita, eppure resiste loro opponendovi una pelle dalla grana grossa, impenetrabile, una scorza che filtra le impurità dell'esistenza e lascia i pozzi dell'anima limpidi, cristallini. Le vittime del senso acuto, allora, non sono affatto quelle più intelligenti, al contrario, poiché la loro condizione li conduce spesso alla catastrofe. Essi vivono nell'acutezza nel senso che il mondo perlopiù li ferisce, e ogni parola, ogni gesto, ogni avvenimento risulta loro l'ennesimo aculeo di un'insensata acupuntura. Forse è l'illusione di sfuggire a questa condizione, o addirittura la convinzione di esserle superiori, che rende la semiotica a volte un tantino antipatica. Si respira, attraverso la storia della semiotica, un'aria di superomismo, velata, raffinatissima, ma pur sempre fastidiosa a molti. Al di là delle inquietudini metodologiche,

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del XLV Congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, svoltosi presso l'Università di Cassino nei giorni 6–8 ottobre 2017; ringrazio gli organizzatori per l'opportunità offertami e i partecipanti per i commenti proposti; tale prima versione è stata poi pubblicata come Leone (2018) *Gioco*.

il semiotico non mette in dubbio che segni affioreranno alla sua coscienza nell'ambiente circostante, e che grazie alle fatiche dell'intelletto essi potranno essere associati a significati, a senso, persino a una grammatica. Di fronte a un testo, il semiotico s'interroga su quale sia il modo migliore per aggredirlo, ma mai dubita che esso sia conquistabile, sviscerabile. Più complesso ed ermetico è il testo, più il semiotico sente dentro di sé la sfida dell'arrembaggio, cui è d'uopo attrezzarsi con solide funi e catapulte. Chi pensasse che l'allargamento dell'ambizione semiotica dal segno al testo, e dal testo alle culture, dovesse rendere i semiotici meno arrembanti si sbaglia: le pratiche, le società, financo le culture divengono entità accessibili, esplorabili, dietro le quali e dentro le quali si aggirerebbe, sebbene sfuggente e serpentino, un senso sicuro. Nel momento in cui la semiotica si affaccia appena sulla scena dei *big data*, riproduce anche lì la sua sicumera, a tratti insopportabile: faremo questo e quello, combineremo la semiotica strutturale con quella interpretativa, ci concentreremo sull'enunciazione, e via dicendo, ma sempre fiduciosi che, non importa quanto ardua l'impresa, capiremo il senso del web, perché nel web, come nel segno, come nel testo, come nelle pratiche, c'è del senso, tangibile, afferrabile, docile ad articolazioni e tipologie.

1.2. Metodo e pessimismo

In uno sforzo, anch'esso per certi versi ottimista, di semiotica delle culture semiotiche, si potrebbe ipotizzare che questo atteggiamento nei confronti del senso sia frutto di epoche storiche tranquille, di ambienti ovattati, di una condizione sociale e psicologica senza asperità, o che comunque tali asperità, quando presenti, riescano a essere smussate nel contatto con la dura scorza del semiologo, che tutto colpisce ma nulla ferisce. Se però si ha la sfortuna di vivere nelle epoche o nelle regioni della desolazione, o semplicemente di non godere di buona salute, o di mancare di quella corazza che consente al mondo di manifestarsi solo nei suoi tratti più intellegibili e per ciò stesso benevoli, e non con la sua ondata di quotidiani fastidi, allora è inevitabile che la semiotica, pur restando stoicamente una disciplina, si trasformi in qualcosa di molto diverso, più simile alla rassegnazione di Seneca, o alla filosofia che consolava Severino Boezio, o all'ironia sconfitta di Kierkegaard.

1.3. La semiotica in gioco

Va molto di moda oggi, in semiotica come in altre discipline, occuparsi di gioco, di videogiochi ma non solo. È sicuramente un bene, ma sarebbe ancora meglio se non si scartasse l'idea certo un po' irritante che la semiotica stessa sia un gioco, e che forme di gioco siano, dopo tutto, i vari generi. Il ritratto del semiologo entusiasta, spesso di giovanissima età ma non solo, non contempla questa consapevolezza. Il semiotico entusiasta, ottuso alle impervie del mondo, afferra i segni per le corna, i testi per la coda, le culture per le orecchie, li fa roteare su sé stessi, li stende a terra, ne squarcia il petto, li viviseziona, e poi organo per organo, cartilagine per cartilagine, appendice per appendice, dispone tutto su un elegante vassoio, in cui tutta la sporcizia, il viscidume, la vischiosità dei corpi scompaiono, come in quelle grottesche mostre in cui i cadaveri vengono mostrati mummificati e sezionati in pose plastiche e perfettamente asettiche. Chi si dedica a questa biopsia del senso pensando che sia effettivamente un procedimento scientifico per giungere alla verità di un corpo esprime dunque un'attitudine non solo entusiasta, ma anche un po' prevaricatrice. Il semiotico fragile, invece, sa purtroppo che sta giocando. Si scelgono le regole del gioco perlopiù a seconda di accidenti o gusti personali, e poi vi ci si destreggia chi meglio chi peggio. I bravi giocatori poi a un certo punto propongono nuove regole, o addirittura nuovi giochi, e riescono a farsi seguire da altri giocatori, che abbandonano altri campi per quello nuovo. Suggerire che il metodo sia un gioco non significa sottrargli pienezza esistenziale. Il giocatore di pallone darebbe l'anima per un goal, così come il semiotico è giusto che s'infervori per una dissezione ben condotta, per un quadrato ben riuscito.

1.4. Gioco e insensatezza

Ma la metafora del gioco suggerisce una verità umiliante per il semiotico entusiasta: la palla è rotonda, le combinazioni possibili del gioco del calcio infinite, l'esito di una partita impronosticabile, eppure questo rettangolo ove combinazioni sempre cangianti di piedi, sfere e schemi si verificano domenica dopo domenica è ridicolmente semplice rispetto al brulicare verminoso che, magari insensato, prolifera tutto attorno. Si dirà: ma non

è la stessa cosa, il gioco è un sistema di mosse fine a sé stesso, mentre la semiotica un sistema di mosse che mira all'intelligibilità del mondo. Il sospetto inquietante, però, è che non sia così. La scienza ha anch'essa in sé qualcosa di ludico, nelle piroette che si fanno nei laboratori per esempio, eppure sembra afferrare qualcosa di tangibile "là fuori". Non è facile dire altrettanto per le discipline del senso, vale a dire per tutte le cosiddette "scienze umane". Il linguaggio, così come la storia, la quale non è altro che sedimento del linguaggio nel tempo, hanno certo le loro regolarità. Nessuno metterà in dubbio, per esempio, che la morfologia verbale di una certa lingua sia catturabile in un diagramma chiuso, articolato, efficace. Ma quando si passa al vero compito della semiotica, che non è quello di descrivere le evidenze sintattiche del linguaggio, ma di passare da queste a ciò che significherebbero, allora l'orizzonte cambia radicalmente. Il semiotico entusiasta sarà convinto del fatto che, adottato il metodo giusto, si possa giungere a carpire questo magma affascinante al di là del velo: il senso di un segno, di un testo letterario, addirittura di un volto o di un rituale. Il semiotico fragile, invece, ne dubiterà. O per meglio dire si dirà che sì, si può certo cogliere questo senso, iscritto in un simbolo, in un dipinto, in una conversazione, ma è un risultato che rimane circoscritto a un campo da gioco, sia pure sofisticato. Non è che la prima attitudine sia da disprezzare, anzi! In una storia piena di dittatori sanguinari dalle visioni insensate che pure a volte suscitano il sostegno delle maggioranze, di stragi senza motivo, di ideologie mortifere, ma anche in una vita quotidiana in cui a ogni passo s'incontra una legge miope, comportamenti violenti eppure immotivati, nonché un oceano di segni, parole, e immagini che sembrano sgorgare senza rispondere a nessun raziocinio, il semiotico entusiasta è una figura eroica. Credere di potere ordinare il mondo, trasformandolo in una semiosfera, è un'encomiabile illusione.

Sarebbe tuttavia un peccato rinunciare alla divertente dialettica con i semiotici fragili, quelli che l'acutezza del senso non entusiasma ma ferisce. Per questi ultimi, la semiosfera si presenta come un luogo ben diverso. Qui i volti, le icone, le storie compaiono sì dotate di senso, e persino di un senso determinato, ma senza mai poter dimenticare del tutto la cornice tragicamente ludica in cui questo senso si manifesta. Trattasi forse di decostruzione? Niente affatto! Il decostruzionista condivide col semiotico entusiasta la stessa temperie emotiva, la stessa fiducia nel guizzo dell'intelligenza che, invece di costruire una coerenza interpretativa, ne smantella

una, subodorandovi e smascherandovi pregiudizi ideologici di vario tipo o, comunque, strettezze mentali. Per il decostruzionista, inoltre, non esiste un gioco più divertente di un altro, né regole del gioco che procurino più di altre soddisfazione estetica. Agli occhi del decostruzionista, un gioco vale l'altro.

Il posto che il semiotico fragile predilige per sé nella semiosfera, invece, è diverso. Egli o ella innanzitutto non cede al nichilismo, vale a dire non rinuncia a giocare, non soltanto perché giocare lo/la diverte, e ritiene che la vita sarebbe troppo amara senza la giostra delle interpretazioni, ma anche perché si accorge che condividere un metodo con altri studenti, con maestri e allievi, è il modo forse più efficace per costruire senso comune, per uscire da sé come centro d'illusioni egocentriche, a inclusione di quelle vittimistiche, e incontrare gli altri. Non solo si vuole, ma si deve giocare il gioco del metodo semiotico. A differenza del decostruzionista, poi, il semiotico fragile, quello ferito dall'acutezza del senso, dalla sua consustanziale inintellegibilità, non ritiene che un gioco valga l'altro, né che, scelto un gioco, le regole cui vi si attiene siano indifferenti. Questo è il dettame paradossale del decostruzionista, che è tirannico proprio perché mentre gioca al gioco della decostruzione sostiene che non vi sia alcun altro gioco possibile. Il semiotico fragile, per parte sua, accetta la pluralità dei giochi, a inclusione di quello decostruttivo. Ci sono individui o gruppi, periodi e culture che traggono piacere estetico dal distruggere, più che dal costruire, dallo svergognare l'arbitrarietà dei giochi altrui più che dal condurne uno proprio. Ben vengano, pensa il semiotico fragile, perché in fondo hanno la funzione di evitare che ci si irrigidisca troppo nella baldanza della semiotica entusiasta, di giocare così forsennatamente, così convintamente, in modo da ottenere, sì, ottimi risultati, ma trascurandone la contingenza.

Questo atteggiamento però non si traduce nella convinzione nichilistica o decostruzionista che tutti i giochi sono uguali. Forse essi lo sono in linea di principio, ma non lo sono per ciascuno dei partecipanti. Anche le donne e gli uomini in linea di principio sono tutti uguali, eppure ciò non evita a ciascuno, volenti o nolenti, di credere talvolta che fra essi o esse vi sia un individuo speciale, degno d'amore. Restando alla metafora del gioco, l'appassionato di calcetto sa bene che esiste anche il tennis, eppure non trascorrerebbe mai i suoi mercoledì sera se non correndo da una porta all'altra. Più in generale, la metafora del gioco si addice alle cosiddette scienze umane non perché esse non possano ottenere risultati social-

mente utili, spesso ancora più immediatamente utili di quelli delle scienze esatte, ma perché questa utilità non può che scaturire dalla condivisione comunitaria a uno stesso gioco, di cui il discorso umanistico spesso è abile al punto di impostare le regole. Per essere più concreti: la semiotica non ha scoperto niente da quando è stata inventata, perlomeno non nel senso che "scoperta" ha nel campo delle scienze mediche o in quello delle esplorazioni geografiche. Ciò che invece la semiotica ha ottenuto è di inventare un nuovo gioco, quello di guardare dietro alle cose cercandone il senso nascosto, traendo spunto da analoghi giochi del passato, ed esercitando questa nuova attività ludica con varie regole, di derivazione saussuriana, peirceana, lotmaniana, ecc. A differenze della scienza, che è utile perché scopre la pennicillina, la semiotica è utile non per quello che scopre, ma per le interazioni sociali che la sua istituzione consente. Inventare la semiotica ha permesso a una vasta comunità scientifica, internazionale e ramificata, di costruire un senso comune attraverso la pratica di un gioco condiviso. La storia di questa pratica poi dimostra che le regole del gioco sono in costante evoluzione, la quale però va intesa non nel senso di una supposta sempre maggiore fedeltà all'ontologia, di una sempre più efficace capacità di leggere come segni il mondo che ci circonda, bensì nel senso di una sempre maggiore capacità di coordinamento.

1.5. Come si vince in semiotica

Nell'ambito filosofico, non si trionfa catturando la verità, come invece si trionfa nell'ambito scientifico, bensì attraverso due possibili genialità: la prima, maggiore, consiste nell'inventare un nuovo gioco. Veneriamo Saussure, Peirce, Eco non tanto perché ci abbiano fatto scoprire alcunché, ma perché ci hanno fatto guardare con occhi diversi ciò che già sapevamo. La seconda genialità, minore perché subordinata alla prima, consiste nel raffinare le regole di un gioco già istituito, ed è questa l'attività cui si dedicano la maggior parte dei semiotici. Vi si dedicano essi o esse pensando che non vi sia altro gioco possibile, o che le regole ne siano immutabili? Si tratta allora di semiotici entusiasti, non v'è dubbio. La semiotica fragile, dal canto suo, non riesce, pur volendolo, ad indossare questa sicumera. Quando gioca, non dimentica il campo da gioco. Ne vede i confini. Sa che al di là di essi tutto è farsa, tutto è terrore. È persino più contenta di

restare in questo rettangolo pacifico, dove un arbitro comunque assegna i rigori, sbagliando a volte, ma pur sempre sulla base di regole. Quando gioca, inoltre, non riesce a non pensare che potrebbe giocare a un gioco diverso, o allo stesso gioco con regole diverse, perché quello che conta non sono tanto il tipo di gioco o le sue regole, quanto il fatto che l'uno e le altre consentono perlomeno per un istante a una comunità di formarsi sottraendosi al caos del mondo, alla violenza dell'insensatezza.

Se si accetta questa versione fragile della semiotica, rispetto a una robusta, il miglior modo di coltivare una metodologia è allora non quello di idealizzare un grimaldello capace di aprire tutte le porte del senso, o un gioco assoluto che li riassuma tutti, bensì di designare sempre più convenienti strategie di accomodamento, in cui non si persegue l'imposizione reciproca del metodo ma un aggiustamento progressivo della comunità. Umberto Eco insisteva molto sulla necessità che lo zoccolo dell'interpretazione sia costituito da comunità di interpreti. Non è allora vero, come suggeriscono i decostruzionisti o una certa filosofia *light* oggi di moda, che "il metodo è la via dopo che la si è percorsa". Se si inizia a camminare senza metodo non solo probabilmente non si andrà in nessun luogo interessante, ma con ogni probabilità vi ci si ritroverà da soli. Il metodo è invece quella strada, o quella pista di atletica, se si vuole continuare con la metafora sportiva, in cui è possibile costruire il cammino più o meno armonioso di una comunità di interpreti, non solo nella sincronia di una cultura, ma anche nella staffetta delle generazioni.

1.6. Dal gioco allo spettacolo

Due corollari: il primo sul rapporto fra gioco e spettacolo. Il gioco è sempre in qualche modo spettacolo per i giocatori. Quando giochiamo a calcio, non possiamo fare a meno di ammirare le abili mosse degli altri giocatori, o delle nostre, sdoppiandoci in giocatore giocante e giocatore osservante. Alcuni giochi, tuttavia, accumulano valore estetico, per motivi complessi e difficilmente generalizzabili, e si trasformano in spettacolo anche per chi non gioca. Enormi risorse economiche sono destinate, oggi, ad appagare il desiderio di chi, per esempio, vuole ammirare una partita di calcio. Chi si scandalizza degli ingaggi miliardari dei grandi campioni è un povero di spirito: ammirare la rovesciata compiuta da un maestro del

calcio in una fase delicata di una partita importante non è molto dissimile dall'ammirare la Gioconda. La semiotica, se si segue l'impostazione qui suggerita, è anch'essa un tipo di gioco. Lo sono la maggior parte delle attività umane, quelle il cui scopo è fissato, perseguito, e misurato per convenzione, a inclusione delle scienze umane. Ma è forse la semiotica anche spettacolo? Lo è stata. Barthes dava spettacolo con i suoi scritti, Eco con le sue conferenze, Greimas a modo suo con i suoi diagrammi. Cosa vuol dire dare spettacolo con la semiotica? Vuole dire che le mosse dell'analista venivano ammirate non solo da chi le compieva, e dagli altri giocatori alleati o avversari, ma anche da chi, esterno al gioco, ne seguiva e apprezzava pur sempre le movenze. Scrittori come Calvino, architetti come Piano, semplici aficionados. Da cosa nasceva questo interesse? Sicuramente dalla constatazione che il gioco apparisse a tratti nuovo e perlopiù ben condotto. Ma non solo da questo. Scaturiva anche dalla consapevolezza di uno sforzo supplementare, di una specie di spreco. Non era necessario che Barthes scrivesse delle frasi dalla prosodia così elegante, né che Eco infilasse battute irresistibili nelle sue conferenze, o che Greimas asciugasse la sua prosa fino a una specie di minimalismo. Queste mosse stilistiche erano esattamente come l'ardire del giocatore di calcio che, invece di colpire di testa, movimento più naturale, si gira di spalle e infila la rete con una rovesciata; o, al momento del rigore che vale una partita che vale un trofeo, pennella un "cucchiaio" invece di cannonare gli incroci dei pali. Tutti gesti pragmaticamente insensati, rischiosissimi, persino ridicoli quando falliscono, eppure straordinariamente belli quando riescono, carichi di luccicanza estetica. I metodi che mirano solo al risultato sono destinati a non avere un pubblico, tanto piu che, come si è suggerito, il risultato non è sancito dall'ontologia delle cose ma dal favore di una comunità. A maggior ragione la semiotica deve riguadagnare una spettacolarità che aveva ma che ha perso per volere inseguire un mito di efficacia scientifica, o semplicemente per pigrizia, o per noia. È più facile montare un quadrato semiotico o cesellare una bibliografia che far ridere come faceva Eco, o sognare come faceva Barthes, o ipnotizzare per diagrammi come facevano Greimas e Lotman. Il suggerimento, dunque, anch'esso dal paragone fra metodo e gioco, è che ci si conceda ogni tanto qualche piroetta, un rischio in più, un guizzo che sembrerà forse una boutade ad alcuni, ma che ad altri aprirà il cuore e la mente a questa straordinaria disciplina. Insomma, un po' d'indisciplina!

1.7. Dal gioco al mondo

Una voce indignata si leverà immediatamente contro questa idea del metodo come gioco, ove addirittura si cerchi l'ebrezza dello spettacolo. Che dire, allora, dell'utilità sociale della semiotica? Personalmente, non ho mai osservato come la mirabile analisi semiotica della propaganda di un partito populista convincesse i suoi seguaci a votare ipso facto per il partito avverso. Oppure non ho mai constatato che qualcuno smettesse di comprare questo o quel prodotto dal brand aggressivamente globale perché colpito dalla demistificazione magistralmente condotta dall'indignato semiotico. E che dire della critica all'ideologia semiotica delle frontiere: ha forse spalancato le porte ai migranti? Siamo sinceri: anche queste tirate semio–politiche hanno un pubblico, spesso lontanissimo per classe e censo da chi beneficerebbe di queste analisi se i loro auspici si realizzassero, e il fine con cui le geremiadi semiotiche vengono proclamate è in fondo spesso tutt'altro che politico; non sortiscono effetto alcuno, se non rassicurare l'oratore e parte dell'audience (di solito maggioritaria) a proposito di un comune e auto–assolutorio sentire etico–politico. Sociosemiotici sessantottini pronunciano frasi incendiarie contro il capitale, la globalizzazione, l'alienazione. Sono frasi che colgono sofferenze vere. Ma chi le ascolta? Non certo coloro che, politici imprenditori generali ecc. sentendole e credendoci potrebbero effettivamente dare un corso diverso al mondo.

Si tratta forse di cinismo, ma forse è la realtà a essere cinica. Concepire il metodo come gioco significa distinguere fra motivazioni etiche e professionalità. L'analisi semiotica non ha necessariamente bisogno di un fine politico se il suo compito è quello di descrivere, analizzare e interpretare la realtà entro la cornice di un certo gioco metodologico. Se in questa cornice s'insinua un obbiettivo etico–politico, quale salvare l'ambiente, o mangiare vegano, o trasformare la società in una civiltà cattolica, tali insinuazioni non hanno nulla a che vedere col gioco. È come quando il giocatore di calcio segna un bellissimo goal e lo dedica al figlio appena nato. È commovente, ma quello che conta è il goal, non la dedica. Lungi dall'essere un'incitazione al quietismo cinico, questa vuole invece essere una metafora che suggerisce rigore: il modo migliore di far avanzare la propria causa ideologica attraverso la semiotica non è quello di pompare surrettiziamente la seconda con la prima, piegando le proprie analisi al voler essere che si ritiene debba plasmare il mondo. Al contrario, il modo

migliore di far avanzare le proprie cause extra–metodologiche è quello di mostrare che si è giocatori probi e corretti. Che si conosce perfettamente la tecnica per dribblare un avversario, crossare a centro area, colpire di tacco. In altre parole, se la semiotica vuole salvare il mondo non lo farà con i propri proclami, ma con la propria autorevolezza. Mostrare che le proprie analisi sono ben condotte, che non commettono fallo alcuno, e che sono anche a tratti spettacolari, nel senso che consentono a chi le ammira di percepire nuovi squarci di conoscenza del reale, è l'unico modo di creare, a lungo termine, una nuova comunità non solo di gioco, ma anche di fede, la quale tuttavia si distingue dal primo perché non può esserne lo sbocco. Si continui dunque a utilizzare la semiotica per le cause che si ritengono giuste, dalla parità di genere alla difesa dei diritti degli animali, ma ben sapendo che studi tendenziosi, fallaci, o semplicemente noiosi non faranno progredire i nostri piani etici, anzi, spesso inciteranno chi è neutrale a vedere con sfavore la nostra parte.

1.8. *Est ludus in rebus*

Il gioco è bello quando dura poco, dice il detto un po' noiosamente. Si può trarne però, metaforicamente, una lezione utile. Sarebbe insensato pensare che il gioco suggerito dal metodo semiotico debba estendersi al di là di ogni confine, valicando le frontiere delle aule universitarie, dei corsi di studio, delle comunità scientifiche, fino ad affermarsi come episteme generalizzata di un'intera comunità. Sono destinati ad amare disillusioni quei semiotici che credono e combattono per la formazione di una "res publica semiotica", così come ebbero a disilludersi, da tempi immemorabili, coloro che credettero che il mondo potesse essere retto dai filosofi, o dagli artisti. In realtà, chi metta appena la punta del naso fuori da un'aula universitaria, sa che vi si trovano illogicità spesso tragiche e violente, le quali sfuggono a ogni presa razionale. Un'aula universitaria è l'equivalente laico di un tempio religioso proprio perché al suo interno se se ne rispetta la vocazione, si compie il più alto sforzo per contrastare l'entropia naturale delle relazioni sociali, la prevaricazione del più forte sul più debole, la selezione naturale. Siamo così civilizzati, in un'aula universitaria, che possiamo concederci il lusso di far sopravvivere teorie false, o perlomeno inutili. Ma sarebbe insulso pensare che al di fuori di essa l'ontologia del

reale non selezioni con pragmatismo questo o quel concetto, questo o quel costrutto, e non sulla base dell'idea filosofica di verità, ma su quella retorica di efficacia, o persino di forza. Ecco perché è sì necessario condurre il gioco a perfezione, ma pur sempre senza fare l'errore del pugile che, in una rissa da bar, creda di poter far valere le stesse regole che vigono sul ring. L'esercizio della ragionevolezza interpretativa che è a fondamento della semiotica è messo a dura prova, oggi, nel mondo che circonda e sempre più assedia le università. L'insensatezza, o quella che ci pare tale dal nostro punto di vista interno al gioco delle interpretazioni ragionevoli, dilaga ovunque. Non ci resta che resistere, con la fragile resistenza del vetro, difendendo il nostro campo di gioco, sperando in rivolgimenti più favorevoli, tramandando il gusto e le mosse del *fair play* interpretativo.

Nel contesto di questa speranza, che tipo di gioco è la semiotica? Con quale vocazione ludica nasce, come si sviluppa, e verso quale forma di gioco può essere auspicabile che si orienti? La categorizzazione di un campo disciplinare e delle sue pratiche tipiche come atto ludico non può che procedere ammettendo una certa dose di metafora. Alla base e al di sotto di ogni impulso semiotico vi è il piacere estetico della scoperta. Non si dà segno né dimensione semiotica, infatti, se non nel passare da ciò che è cognitivamente, emotivamente, o pragmaticamente più prossimo ai sensi e alla mente a ciò che, essendone più lontano, ne è richiamato proprio a contatto con il significante, con l'espressione, con il representamen. Il livello di giocosità di questo gesto essenziale della semiotica può idealmente distribuirsi lungo uno spettro, andando, a un estremo, dalla semplice decodificazione sulla scorta di un sistema di accoppiamento noto/ignoto consolidato sia nella mente che nella cultura, fino — all'altro estremo — all'invenzione di un nesso di fatto non preesistente, nesso che scava nel caos del reale e v'introduce una nuova logica d'intelligibilità. Le azioni semiotiche che si dispongono in prossimità del primo estremo dipanano un'energia mimetica, nel senso che si fondano essenzialmente sull'applicazione di una similitudine, non fosse altra che quella la quale consente di riconoscere un *type* a partire da un *token* (e viceversa).

Imparare a leggere un nuovo alfabeto, quello cirillico, per esempio, implica certamente un che di giocoso, che si esprime giustamente nella soddisfazione quasi infantile di riuscire ad appaiare un segno grafico prima ignoto a un gruppo fonematico sulla base di un codice che si venga apprendendo. Si tratta, tuttavia, di un rimando mimetico al già noto il

quale, in questa sua forma molto semplice, si traduce in un movimento meccanico della mente e della cultura, in un'associazione o decodifica che spesso anche una semplice macchina potrebbe effettuare. Di contro, sviluppare lo sguardo semiotico di chi, di fronte a una natura morta spagnola del XVII secolo, sappia non solo riconoscervi fiori, frutta, cibi e oggetti, ma anche spingersi al di là della mera decodifica di figure e simboli per comporre un'interpretazione complessa del dipinto, fondata su un metodo, sì, ma che si traduce nelle astuzie irripetibili di un singolo ermeneuta, di un singolo giocatore, ebbene questo interprete non sta più divertendosi con la mimesi di un meccanico gesto di significazione ma ne sta istituendo una che, a ben vedere, attiene alla sfera del vertiginoso. Il suadente senso di abisso che risucchia lo spettatore modello all'interno della tela lo irretisce come in un vortice di rimandi testuali visibili solo in filigrana, lo imbozzola in un intrico di segni tuffarsi fra i quali è simile all'atto del pescatore di perle.

Già nella dialettica fra questi due giochi semiotici, fra la mimesi della decodifica e la vertigine dell'interpretazione, si possono riconoscere molti tipi, non solo metodologici ma persino umani, della disciplina. Vi sono e vi sono stati giocatori brillanti in entrambi i campi. Da una parte, coloro che hanno applicato un metodo di decodifica, uno schema di lettura basato su regole ferree, in relazione alle quali ciò che conta non è la creatività dell'invenzione ma la destrezza dell'applicazione. Sciorinato nelle sue ultime conseguenze, per esempio, il metodo greimasiano diventa mimesi della regola istituita dal maestro, o dai suoi discepoli. Dall'altra parte, c'è chi, in semiotica, si è divertito di più — forse per un'indole umana profonda, o forse giustappunto in virtù della dialettica con i primi — non nella mimesi della decodifica ma nella vertigine dell'esegesi.

Vi è poi forse dell'alea nell'attività semiotica? Chi lo rifiutasse, sopprimerebbe un dato sovente nascosto ma di fatto essenziale: nessun semiotico riuscirebbe a giustificare sino in fondo, se non tramite ragionamenti chiaramente a posteriori, perché studia il senso di ciò che studia. Cominciò lo stesso Eco, quando gli si chiedeva perché si fosse concentrato sul Medioevo: perché sì, rispondeva, suggerendo, abbastanza esplicitamente, che all'origine del primissimo slancio semiotico vi sarebbe qualcosa di aleatorio, imponderabile, un invaghimento per questo o quel segno o congiunto di segni il quale attrae per ragioni che forse solo una lunga psicanalisi riuscirebbe a intuire. Il caso, tuttavia, o la sua controparte ontolo-

gica, ossia il caos, fa capolino non soltanto all'inizio del percorso interpretativo ma anche nel suo sviluppo. La serendipità dell'interpretazione, per esempio, accompagna con una giocosità casuale tutto il percorso di uno studioso veramente attento, veramente curioso. Per non parlare di quei segni e testi che, intessuti di una materia espressiva debordante, rilasciano senso in modo diverso a seconda degli accidenti della prensione estetica. In questo la semiotica più recente abbandona i propri dogmi immanentisti e si apre all'estetica, alla fenomenologia, allo studio della materialità o delle condizioni di fruizione. La luce pulviscolare che bagna un dipinto quando lo si ammiri in una galleria è essenziale elemento casuale della sua aura, mentre scompare solo se al dipinto si pensa con mentalità di fredda anatomia, come puro e semplice testo.

Nel passaggio poi dal micro al macro, dai testi conchiusi alle società o culture, l'aleatorio esplode, e si sostanzia in primo luogo nella stessa posizione dell'analista. Non c'è niente di più casuale del nascere, ovvero del venire a esistere in un luogo, in un tempo, e dunque in un intorno socio–culturale, una casualità che però di fatto condiziona tutto nella significazione. Chi fosse stato studente di lettere negli anni Sessanta quasi non avrebbe potuto non imbattersi nella semiotica, mentre oggi il caso dello sviluppo delle discipline accademiche sottrae lo studio dei segni all'ambito della moda e lo afferma in logiche e contesti curriculari. Più in generale, può ragionare nei termini semiotici che conosciamo, per esempio, solo chi sia nato nell'ambito delle culture della scrittura e della decifrazione, mentre chi si sia ritrovato a esistere in una cultura puramente orale avrebbe forse un approccio radicalmente diverso al senso, o in termini di senso non penserebbe affatto nella propria "ideologia semiotica".

Vi possono essere giocatori semiotici dell'alea, sebbene la disciplina accademica si denomini così proprio nel suo impegno a limitare le intromissioni casuali di ciò che non è pertinente, dai condizionamenti soggettivi dell'analista (i "bias", come si dice in inglese) sino alle letture fuorvianti. Anche in questo dominio, più che una vera e propria tipologia di gioco si può immaginare una gamma di giocatori, dal rigoroso che, puritanamente, sottopone a scrutinio la propria posizione di analista, pondera gravemente la scelta di testi da analizzare e poi conduce il proprio percorso con fare quasi militare, senza sprecare energie con spunti inutili o curiosità impertinenti; a chi, invece, all'altra estremità dello spettro, procede a zigzag, quando va bene, altrimenti si disperde, legge per curiosità, spazia,

prova a ricucire però poi si slabbra in un gioco interpretativo in cui il soggetto non solo si perdona le proprie idiosincrasie ma in un certo modo le coltiva, facendone la fonte principale di diletto. Chi si aggira trasognato fra gli scaffali di una grande biblioteca, sfogliando ora questo ora quello a tentoni e di ogni libro incuriosendosi, di ogni pagina annotando qualcosa, di ogni frase immaginando che si trasformerà in utile citazione, di fatto sta giocando a dadi con il sapere.

Infine, c'è dell'agonismo in semiotica, ma troppo spesso si configura come solitario, o come l'agonismo ascetico dell'atleta che cerca di battere il proprio record, o dell'alpinista che scala la montagna impervia, da solo o in gruppo. Si parla giustamente di corpo a corpo con il testo, come se questo ci resistesse prima con il guscio del suo significante e poi, una volta spaccato il guscio, con l'*intentio operis* del suo gheriglio, alle cui volute l'interprete accorto deve aderire, con mano esperta di esegeta sulla curva sinuosa della polpa testuale. Continuando nella metafora, tuttavia, chiunque ammetterà che il metodo, più che una carezza, o uno sbucciare accorto, è uno schiaccianoci, nel senso che spacca il guscio, ma molto spesso, se non si fa molta attenzione, spacca anche il frutto, il quale perde la sua bella forma naturale e diventa nient'altro che conseguenza frammentaria, polverosa e maciullata della violenza incontrollata dell'interprete.

La verità è che, con tutto il rispetto di quanti ripongano nella cosiddetta "intentio operis" una fede quasi mistica nella possibilità di uno zoccolo duro del senso, e di una sua resistenza a ogni inopportuno arrembaggio, i testi resistono molto poco. È forse per questo che, in fondo, è così dolce interpretarli. Ciò che resiste sono, per fortuna ma anche con esiti a volte tragici, gli esseri umani. Sono i lettori a resistere, non il testo. È il volto dell'amato a sfuggirci, mentre le sue lettere possono essere appropriate e riappropriate a piacimento, anche quando l'amato si sia dileguato, fuggito via. L'agonismo della semiotica non può dunque essere solo quello che si esercita verso sé stessi; non siamo molto bravi, noi esseri umani, a giocare da soli la partita a scacchi dell'interpretazione. Ci sembra di vincere sempre, e da entrambi i lati della scacchiera. L'agonismo da incoraggiare non è neppure quello calcistico di bassa lega, con le tifoserie di questo o quel metodo o, peggio ancora, (orrore!) di questo o quel semiotico. Per chi tifi tu? Per Peirce!

Al contrario, l'agonismo da suscitare, anche con l'invenzione di nuove cornici di gioco — da quella dei corsi universitari a quella dei laboratori o

delle scuole estive di semiotica — è l'agonismo in cui a opporre resistenza non è il testo ma le interpretazioni altrui di esso. Questo gioco contribuirà certamente ad affinare le lame della disciplina, così come la capacità di scegliere fra diverse interpretazioni, decretandone alcune più convincenti di altre, però soprattutto costituirà una palestra in cui imparare a difendersi, per quanto è possibile, dal gioco sporco del mondo, quello che sembra non soggiacere a nessuna regola e a nessun senso.

Sono molto diffuse, nel mondo educativo e accademico anglosassone così come nelle sue propaggini d'oltremare, le società e i concorsi di dibattito, in cui si discute non tanto per dimostrare questa o quella tesi (spesso la tesi viene imposta all'oratore come esercizio), quanto per affilare l'arte stessa della discussione. Nel gioco della palestra semiotica, riprendendo anche il carattere giocoso della retorica antica con le sue giostre e i suoi duelli, bisognerebbe forse perfezionare proprio l'arte dell'interpretazione dei segni, preparandosi a un mondo là fuori in cui esseri umani spesso irragionevoli resisteranno, ahinoi, alle nostre argomentazioni in maniera molto più pervicace di quanto lo faccia il significante inerte del testo nei nostri solitari laboratori.

Capitolo II

De credulis: il discorso dell'uomo qualunque[1]

> La mode n'est pas quelque chose qui existe en robes seulement. La mode est dans le ciel, dans la rue. La mode peut avoir quelque chose avec les idées, la façon dont nous vivons, ce qui se passe.
>
> (Coco Chanel)

2.1. *Est moda in rebus*

"Moda" è un termine emotivamente ambiguo. Abbinato agli indumenti, può suonare euforico. "Vestire alla moda" è un obbiettivo di molti, sebbene possa dispiacere ai dandy, o agli snob. Traslata in altri ambiti, tuttavia, "alla moda" è locuzione perlopiù derogatoria: se qualcuno, nell'ambiente accademico, sostiene che abbiamo pubblicato un libro pieno di concetti "alla moda" sicuramente non è un nostro amico. Chi ricerca la creatività, e di conseguenza l'originalità, rifugge in effetti la moda, se non nel tentativo di inaugurarne una nuova, non seguendo, dunque, ma essendo seguito dagli altri. In generale, allora, la moda è un valore in quei contesti nei quali si perseguano insieme il sentimento di una distinzione e uno di appartenenza, mentre diviene un disvalore in quelle circostanze in cui la prima risulti di gran lunga più rilevante della seconda.

A ben vedere, tuttavia, la moda non è mai espunta neppure dagli ambiti più esclusivi ed elitari. Chi guardi con attenzione e un po' di distacco al mondo accademico, per esempio, si accorgerà che le ricerche, i convegni, le lezioni, ecc. ma anche gli articoli, i saggi, le monografie, ecc. tendono

1. Una prima versione di questo saggio è stata presentata durante la conferenza "Mode della trasparenza, mode dell'opacità", impartita presso l'Università per Stranieri di Perugia il 28 maggio 2018 su invito del Prof. Antonio Allara, che ringrazio con amicizia; tale prima versione è stata poi pubblicata come Leone (2017) *Ignorant*.

ad assomigliarsi tutti attraverso il rivolgere delle stagioni. Il fenomeno è particolarmente macroscopico nell'università statunitense, ancora molto influente anche a livello globale, in cui esistono quelle che Umberto Eco definiva le "magic words", vale a dire corte espressioni di una o due parole che, improvvisamente, calamitano l'attenzione di tutti i ricercatori, vengono poste al centro di mille iniziative, delineano uno spartiacque: chi le usa è *in*, chi le trascura è *out*. Ve n'è una approssimativamente ogni uno o due anni, con un ritmo non molto dissimile da quello delle collezioni di moda: "storytelling" nel 2015–2016, "fake news" nel 2016–2017, chissà che cosa nell'annata successiva. Anche in questo caso, alcuni centri e alcuni nomi sono più importanti di altri nel far girare la ruota della moda intellettuale: Harvard invece di Milano, questo o quell'accademico statunitense invece di Giorgio Armani.

L'analogia però non finisce qui: anche in ambito intellettuale, chi segua pedissequamente le mode, e ripensi al proprio operato con senno di poi, avrà, se si guarda con lucidità, la stessa impressione di chi rimira vecchie foto che lo ritraggono con gli abiti ridicoli che erano alla moda dieci o vent'anni prima. "Ma come ho fatto a organizzare un convegno sullo storytelling?", ci si chiederà, con la stessa incredulità con la quale ci si chieda "ma come ho fatto a portare le giacche con gli spallini?" Però vi è anche il rischio opposto: chi giochi sempre il ruolo del "maverick", come lo definiscono gli americani, senza mai nulla cedere all'imperio delle mode, guardandosi indietro avrà l'impressione opposta di essere dolorosamente vissuto fuori dai tempi e dalle epoche, di essere rimasto un po' fuori dal mondo, isolato.

2.2. *In moda stat virtus*

In questo ambito, però, la *mediocritas* di chi segue, sì, le mode ma *cum grano salis* non è necessariamente l'ideale. L'ideale è essere come Picasso, varare un linguaggio apparentemente incomprensibile che però tutti si ritrovano dopo un po' a seguire quasi in automatico, come se fosse l'elisir della creatività. Ma i Picasso della storia sono pochi. Sorgono inattesi nei luoghi più disparati, inventano un nuovo percorso, lo battono con tenacia, raggiungono frustrazione dopo frustrazione il centro nevralgico della cultura del loro tempo, e lì esplodono, in vita se sono fortunati, oppure postumi; comunque esplodono, e fanno deflagrare un terremoto che ha

in loro stessi l'epicentro, e che rapidamente cambia tutto il paesaggio circostante, il modo di sentire, vedere, rappresentare.

Una semiotica del genio, per quanto non impossibile, rischia di sortire gli effetti di quella semiotica del comico tanto agognata da Umberto Eco: filosofare sul riso non fa ridere per nulla, e smontare i processi della creatività di solito li smorza. Però è chiaro che anche Picasso non sorse dal nulla, ma da un humus creativo di cui si possono identificare alcuni ingredienti, come l'apporto di culture provenienti da un lontano e incompreso altrove, per esempio. In ogni modo, se questi scoppi di creatività sussistono, e si comportano come terremoti, le culture evolvono invece perlopiù secondo la metafora che Ferdinand de Saussure utilizzava per descrivere il cambiamento linguistico: placidamente, impercettibilmente, lungo lentissimi scivolamenti delle placche tettoniche che mai completamente si arrestano, che sempre producono micro–alterazioni nella crosta terrestre, ma che nessuno percepisce, se non i sismologi a mezzo dei loro sofisticati strumenti. Muta infatti la lingua tutto intorno a noi, muta in noi, e muta anche per causa nostra, a seguito delle micro–variazioni che, giorno dopo giorno, parola dopo parola, introduciamo nella *langue* attraverso la nostra *parole*; eppure noi perlopiù non ce ne accorgiamo, o ce ne accorgiamo di rado, per esempio quando un terremoto linguistico ha luogo, producendo stravolgimenti immani, allorché l'instaurazione di un nuovo regime politico, vedi la Turchia, cambia il sistema di trascrizione di un'intera lingua, ovvero lesionando l'edificio della lingua già nota, come accade quando emergono dei neologismi.

In generale, però, noi sediamo sulla lingua come sulla superficie terrestre: tutto si muove sotto di noi, ma con tale lentezza che ne deriviamo una sensazione d'inamovibile stabilità. L'arco temporale delle nostre vite funge infatti da parametro per accorgerci in maniera più o meno perspicace del mutamento. Come della persona amata, che vive accanto a noi giorno dopo giorno, e le cui fattezze osserviamo quotidianamente, non ci avvediamo che il tempo le segna il viso, le ammacca la pelle, le imbianca la chioma, per non parlare di quel decadimento degli organi interni che solo gli esami diagnostici riescono a rilevare, così di ciò che ci è vicino e familiare, come la lingua, per esempio, o come la stessa cultura, non ci accorgiamo che cambia, se non quando ce ne allontaniamo per un periodo piuttosto lungo, e nel ritornarvi la ritroviamo mutata proprio come il viso di una persona amata da cui per qualche motivo fossimo stati costretti ad

allontanarci. Se ad esempio dopo lungo tempo che ciò non ci accade ci troviamo a chiacchierare con un ragazzino, allora ci renderemo conto che questi profferisce con ogni spontaneità parole ed espressioni inusitate, che risvegliano in noi l'idea del tempo che passa.

Di altri mutamenti più profondi, però, non nel lessico ma nella sintassi, o nella semantica di una lingua, di solito non ci capacitiamo, perché mutano con lentezza eccessiva rispetto all'arco delle nostre vite e all'acutezza della nostra percezione. Se, però, come in quei video che mostrano, accelerandole, le immagini di una pianta nel tempo, dimostrandoci che essa si muove quasi come un animale — sebbene noi non ce ne accorgiamo perché tale movimento avviene troppo lentamente — fossimo in grado di accelerare la nostra appercezione della sintassi, allora ci renderemmo conto non solo di fenomeni macroscopici e perlopiù sotto gli occhi di tutti, come il progressivo recedere del congiuntivo nella lingua italiana, per esempio, ma anche di evoluzioni più sottili, di fatto quasi impercettibili a occhio nudo.

2.3. *Moda propria*

A guisa di sismologi, gli studiosi di culture, e dunque pure i semiologi, osservano invece questi mutamenti al microscopio, e ne scorgono indizi e tracce. Sono dunque capaci di descrivere come la lingua e la cultura mutano, ma restano invece perlopiù silenziosi quanto a una seconda, più ambiziosa domanda, quella che si chiede non solo il come, ma anche il perché di questo mutamento. Perché la lingua muta? E perché muta la cultura? Sospinta da quali forze, da quali agentività? Di fatto, Ferdinand de Saussure non risponde a questa domanda, e perlopiù non se la pone. Intento ad edificare una linguistica di ambizioni scientifiche, epurandola dalle scorie di soggettività della filosofia romantica del linguaggio, egli rifugge da ogni considerazione che non rimanga confinata in una concezione sistemica della lingua, in cui nessuna forza esterna ad essa è vista come in grado di esercitarvi una pressione.

La filosofia della storia romantica e post–romantica, invece, formula ipotesi sull'etiologia del cambiamento culturale, fino a sfociare in quella che, più di tutte, segna e influenza il pensiero novecentesco sull'argomento. In Marx, la cultura evolve in maniera ancillare, come sovrastruttura il

cui mutamento non è appunto autonomo ma legato a quello, più profondo e vero, della struttura economica. Le mode vestimentarie, per esempio, in quest'ottica non hanno una loro dignità e autonomia fenomenologica ma sono solo il portato tessile di cambiamenti più rocciosi nel sistema di produzione del valore e di formazione delle classi socioeconomiche.

Per quanto affascinante nella sua semplicità, tuttavia, questa prospettiva, sia pure edulcorata da tentativi culturologici alla Althusser, risulta sempre più problematica agli occhi dello studioso di culture, al quale risulta viepiù evidente che l'economia stessa, a inclusione di certi suoi fondamentali come il concetto stesso di valore o di plusvalore, non permangono immutati attraverso le epoche ma sono invece soggetti a mutamenti che li configurano piuttosto come fenomeni linguistici o, meglio ancora, come configurazioni semiotiche. Mentre nella produzione novecentesca del valore, perlopiù legata all'attività industriale pesante, si poteva in effetti essere tentati di spiegare l'attaccamento di un operaio della Fiat alla Juventus come fenomeno sovrastrutturale in cui una classe socio–economicamente egemonica infondeva e inculcava una passione sportiva nel proletariato al fine di fidelizzarne l'operato, oggi che il fatturato dell'industria dell'immaginario eguaglia e in certi casi supera quella dell'automobile si è quasi mossi a rovesciare il ragionamento, e a pensare che l'attaccamento sportivo produca passioni e valori–guida anche per i comparti più tradizionalmente strutturali di produzione del valore.

La critica semiotica alla filosofia romantica o post–romantica della storia consiste, più in generale, nel ravvisare che il mutamento culturale non ha niente al di fuori di sé, e dunque non può essere spiegato con riferimento a un'agentività esterna, sia essa economica, sociale, o religiosa. Persino il cambiamento naturale, che parrebbe poggiare su uno zoccolo duro e inamovibile, fuori dalla portata del linguaggio, a ben vedere non può essere recepito dalla specie se non attraverso il filtro della cultura. Il fatto di vivere in un territorio estremamente tellurico, per esempio, senza dubbio incide sull'ideologia religiosa delle culture nipponiche, eppure questa incidenza non è mai diretta, ma si esplica tramite il filtro della rielaborazione culturale, una rielaborazione così insistente che finisce con il prendere il primo piano della scena del mutamento, sostituendosi in quanto seconda natura culturale alla prima natura. In effetti, tanti sono i territori tellurici abitati dalla specie umana, ma non in tutti si manifestano gli stessi tratti culturali, a riprova del fatto che la natura delle conformazioni geologiche o delle plaghe

climatiche fornisce il quadro ma non la definizione delle concrezioni culturali che vi si manifestano, e che anzi finiscono con il condurre i soggetti a letture a volte diametralmente opposte dello stesso dato 'naturale'.

2.4. *Moda vult decipi*

Ma cosa resta se, come nel modello di semiotica delle culture proposto da Jurij M. Lotman, nulla, né l'economia né la natura, risulta esterno alla semiosfera, e invece tutto vi resta inesorabilmente racchiuso, confinato nello spazio omogeneo della significazione, con la necessità dunque di esservi spiegato nei termini a esso interni, senza ricorso al nesso causale che ancori l'effetto culturale a un'origine eterologa? Di fatto, nonostante Lotman s'ispiri a Saussure ma se ne distacchi nel tentativo di "dinamizzarlo" — operazione del resto indispensabile dato il passaggio da una semiotica del linguaggio a una della cultura — lo studioso russo, al pari di quello svizzero, sembra porsi il problema del come del cambiamento culturale, ma non del perché. Il sofisticato metalinguaggio della semiotica della cultura cattura con acribia i processi minuti del mutamento culturale, sottolineando, fra le altre cose, il bisogno di pensare la frontiera culturale come dispositivo dinamico di traduzione e dunque di generazione di senso. Questo metalinguaggio però non spiega né formula ipotesi sull'origine del vento che, spirando lieve ai margini della semiosfera, poi prendendo forza man mano che un meme culturale viene riprodotto, fino a sospingerlo con veemenza verso il centro e il cuore di una cultura, muove e rimuove l'universo del senso; non spiega, dunque, da quale gioco di masse d'aria fredde e calde esso si sprigioni, e come mai a un certo punto si sollevi, o scemi.

Forse però non è la risposta a costituire un problema, ma la domanda. Forse la distinzione fra come la cultura cambia e perché essa cambia non è poi così rilevante. Lo è se si proietta su di essa un quadro epistemologico di tipo causale, che è quello che quasi spontaneamente adottiamo quando cerchiamo di decifrare le nostre vite. Tuttavia, se abbracciamo con lo sguardo non tanto gli accadimenti minuti che ci concernono, e che riusciamo a leggere secondo questo schema, in fondo narrativo, di cause ed effetti, quanto le grandi linee dell'esistenza nostra, allora il perché di questo o quel rivolgimento comincia a sfuggirci come in una nebulosa,

perdiamo i fili sottili e spesso invisibili che ci hanno condotti fino a un certo segno, stentiamo poi infine a cogliere il perché delle cose, sovente disperandocene.

Ma se cambiassimo prospettiva, se cambiassimo radicalmente prospettiva, e considerassimo invece che questa condizione del non poter scorgere le cause di ciò che ci accade non è l'eccezione nell'universo, ma la norma, e che il nostro ravvisare cause ed effetti, esso sì è invece un'illusione, prodotto di uno schema cognitivo utile senza dubbio, ma relegato nell'ambito locale della nostra cognizione, allora forse capiremmo che l'universo e la cultura, giù giù fino alla lingua, sono àmbiti troppo vasti per essere sorretti da un perché, da una causa che ne sospinga i mutamenti, e che tutto invece vi si manifesta in base a interazioni perlopiù casuali, che divengono cause solo se viste in un ambito d'osservazione ristretto e limitato, quale la psicologia di un'interazione, per esempio.

Il sogno filosofico di tradurre la casualità in causa andrebbe allora rovesciato nel suo opposto, ovverosia nel quietismo filosofico che accetta la causa come illusione ottica limitata all'interno di un universo essenzialmente casuale, ove direttrici del senso sia naturale che culturale emergono, ma a seguito d'interazioni perlopiù non intenzionali, perlomeno non sorrette dal progetto preciso di creare 'quel' senso. Nuovi astri, nuovi pianeti, nuove specie, ma anche nuovi stili pittorici, nuove parole, nuovi racconti, emergerebbero dunque non in virtù di un'agentività determinata bensì per impulso di un'agentività diffusa, ove micro–agenti seguono perlopiù logiche locali, o quelle che essi ritengono esser tali in virtù di un'illusione prospettica, ma poi, sommandosi le loro azioni su larghissima scala, danno luogo ad alterazioni strutturali di portata globale, il cui sprigionarsi non è affatto riconducibile alle micro–intenzionalità che vi hanno condotto.

2.5. *Moda semper certa est*

C'è allora una parola sola che catturi questo passaggio dall'intenzionalità microscopica all'emergenza macroscopica, dalla causalità apparente delle interazioni locali alla casualità strutturale del lungo periodo, e dunque al manifestarsi di linee di tendenza, nello sviluppo diacronico del reale, inspiegabili nei termini di una logica puramente causale. Questa parola è "moda". L'universo segue la moda. La cultura segue la moda. Il linguaggio segue la

moda. Non si deve dunque proiettare lo schema causale che sorregge la nostra lettura locale del mondo su scala universale, come propone la teoria dell'*intelligent design*, ma invece propendere per l'idea che le sacche di causalità che scorgiamo nell'universo non siano che concrezioni limitate nel tempo e nello spazio, fenomeni locali sui quali una logica causale riesce ad avere una presa solo se li considera isolati dal lunghissimo periodo in cui essi pure si collocano, e rispetto al quale, invece, sarebbe più giusto adottare una teoria dell'*ignorant design*, ovvero di uno sviluppo cieco, casuale, ma comunque efficace, dell'universo. In effetti, non è difficile spiegare Picasso causalmente, ma è invece difficile accettare di spiegarlo casualmente, quale istanza che emerge dal tempo lunghissimo della cultura esattamente come una nuova specie animale attraverso gli eoni dell'evoluzione biologica. La moda, dunque, sarebbe il concetto chiave non per spiegare, ma per accettare di non spiegare le pieghe della cultura.

Per una sorta di legge dei grandi numeri, la forza del caso che si esercita attraverso la storia e le culture vi produce polarizzazioni e, dunque, dialettiche. Sarebbe però forse fuorviante, e sintomo di un ritorno surrettizio a una logica causale, interpretare queste dialettiche in modo hegeliano, come opposizioni destinate a produrre una sintesi finale, un equilibrio. Invece, come pare che l'universo si espanda a partire da un iniziale big bang solo per poi contrarsi successivamente in direzione diametralmente opposta, e così via all'infinito senza alcuna possibilità di *storytelling* che non sia quello della mera constatazione di tale movimento, così anche le culture danno luogo a dialettiche, ma queste non si ricompongono in uno stato di equilibrio, bensì si traducono in mere oscillazioni: le culture tendono casualmente verso l'esaltazione di una certa caratteristica, poi raggiungono un frangente di saturazione, e allora si ripiegano su sé stesse per inseguire dapprima timidamente, poi in maniera sempre più decisa una direttrice culturale opposta, fino al rallentamento e alla stasi dall'altra parte dello spettro.

2.6. *Moda ponens, moda tollens*

Una delle caratteristiche che il metalinguaggio della semiotica riscontra nelle semiosfere è proprio la tendenza a un certo grado di opacità, in quanto contrapposto al polo diametralmente simmetrico della trasparen-

za. Opacità e trasparenza sono fatti di moda in senso stretto, nel senso che la moda essenzialmente si fonda anche sulla decisione di ostendere od occultare a sé stessi e agli altri porzioni più o meno ampie della superficie corporea; ma sono anche fatti di moda in senso lato, nel senso che tutta la cultura, e non solo quella vestimentaria, deve regolare al proprio interno ciò che la semiotica greimasiana denomina "attante osservatore", vale a dire il modo in cui tutti i testi, e non solo quelli tessili e vestimentari, decidono di far circolare oppure di bloccare la circolazione d'informazione. È solo in virtù di questa concezione per così dire allargata della polarizzazione tra trasparenza e opacità che si possono cogliere le relazioni strutturali che intercorrono fra vari regimi discorsivi dell'ostensione o dell'occultamento, all'interno di configurazioni testuali anche molto distanti in termini di media, generi, formati, stili, e contesti. Il giudizio sulla misura della trasparenza o dell'opacità in vigore non può dunque dipendere che dalla relazione con lo spettro di questa polarizzazione, senza che sia mai possibile stabilire misure né tantomeno standard assoluti. Una cultura è più o meno trasparente rispetto a un suo stadio passato o futuro, e mai in assoluto. Il semiotico della cultura deve comunque attingere i suoi materiali da più sfere discorsive, cercando di compiere carotaggi quanto più pertinenti e rappresentativi ma poi sforzandosi di ricollegarne i risultati al fine di maturare una comprensione olistica della semiosfera, del punto in cui essa si trova in relazione alle polarizzazioni strutturali che la caratterizzano.

È abbastanza evidente che, dal disfacimento dell'Unione Sovietica in poi, la trasparenza sia diventata un elemento essenziale di ogni retorica di cambiamento politico. Lungo una direttrice che ha radici antichissime, ma che ha trovato una sua coagulazione essenziale, almeno per quanto riguarda i tempi attuali, nella decisione di Mikhail Gorbachev di adottare "glasnost" come parola–chiave della sua opera di riforma della politica e della società sovietiche a partire dal 1986, la trasparenza, che è una delle traduzioni possibili di "glasnost", appunto, guadagna rapidamente il cuore della semiosfera globale e diventa per ciò stesso oggetto di moda. Non solo nei Paesi dell'ex blocco sovietico, ma anche nell'Europa occidentale, accumulare consenso politico richiede un riferimento sistematico a questa "magic word", i cui riverberi poi all'interno dei gangli della semiosfera sono multipli, nel senso che non riguardano solo l'operato delle gerarchie politiche o degli apparati burocratici, ma cominciano a "contagiare" an-

che altre sfere della produzione culturale, a cominciare da quelle legate ai sistemi politico–burocratici.

Quando, a distanza di una decina d'anni dalla caduta del muro di Berlino che seguì alla politica sovietica della glasnost, la Germania decise di dotarsi di un nuovo Reichstag, la sua manifestazione architettonica parve incarnare, nella struttura stessa dell'edificio oggi visitabile nella capitale tedesca, e di cui è una delle massime attrazioni, il passaggio da una moda dell'opacità a una della trasparenza, non solo in politica, ma anche in altri ambiti di produzione culturale, primo fra tutti quello dell'architettura che traduce la politica in edifici e palazzi istituzionali. Da un lato, nel 1995, la coppia di artisti Christo e Jeanne–Claude "impacchettarono" secondo loro costume l'edificio, quasi a segnalare cosa la politica tedesca era stata prima della caduta del Muro: un luogo di opacità estrema, impenetrabile a uno sguardo esterno, che del palazzo del potere conservava la stazza imponente e la forma austera, ma che nulla offriva a un desiderio di trasparenza (Fig. 2.1).

Figura 2.1. Christo e Jeanne–Claude. 1995. *"Impacchettamento"* del Reichstag di Berlino. Foto di dominio pubblico libera da diritti d'autore.

Dall'altro lato, quando nel 1999 si completò l'opera di ristrutturazione del Reichstag guidata dal progetto dell'archistar inglese Norman Foster,

parve inevitabile aggiungervi un dettaglio che non era in effetti contenuto nel progetto iniziale, ma che divenne in seguito l'elemento più riconoscibile e di fatto scatenante della nuova identità politica e architettonica del landmark berlinese: una splendida, immensa cupola di vetro. Lì dove regnava un'opacità assoluta, denunciata dall'impacchettamento di Christo, avrebbe regnato una trasparenza assoluta, una visibilità della politica esposta allo sguardo e al controllo da parte dei cittadini (Fig. 2.2).

Figura 2.2. Il nuovo Reichstag di Berlino. Foto di dominio pubblico libera da diritti d'autore.

Come spesso accade nelle semiosfere, i tracciati delle polarizzazioni strutturali devono tradursi in manifestazioni sensibili, nelle quali la scelta della specifica materia adottata non è affatto indifferente, ma si traduce nella configurazione culturale dei materiali. È evidente che, imperando una retorica politica improntata alla trasparenza, essa debba incarnarsi in un materiale diafano, quale appunto il vetro, che insieme incarna tale retorica e al tempo stesso se ne impregna.

L'andamento delle polarizzazioni strutturali della semiosfera è tuttavia tale che esse non solo tendono alla saturazione del flusso di moda prima di ripiegarsi lentamente su sé stesse e dare luogo alla tendenza opposta, ma comporta altresì un continuo strabordare, per contagio, in ambiti discorsivi paralleli a quello in cui prendono abbrivio. Dopo che "glasnost" divenne parola d'ordine nell'ambito della politica e ne caratterizzò finanche i palazzi, la trasparenza pian piano cominciò a pervadere anche domini discorsivi tradizionalmente votati alla discrezione, alla segretezza o persino alla menzogna, quali la diplomazia, per esempio. In altre epoche culturali non si sarebbe messo in dubbio che, per difendere gli interessi

nazionali del proprio Paese, un ambasciatore si attenesse al basso profilo, all'understatement, alla riservatezza, o persino praticasse la diceria e la menzogna per depistare i governi ostili. L'avvento di Wikileaks, che un filo storico ma soprattutto retorico sottile collega al varo sovietico della Glasnost, sconvolge nel senso della trasparenza anche il reame della segretezza: pare normale a tutti, a un certo punto, che si rivelino e diffondano dispacci diplomatici, così come sembra legittimo, a pochi anni di distanza, che i segreti militari di una superpotenza vengano esposti attraverso l'opera dei *whistleblowers* Snowden e Manning.

Interpretare questi fenomeni come segno di puro progresso dell'umanità nel suo destino sempre più ravvicinato di una democrazia compiuta significa travisarli, o almeno trascurarne la componente estetica, ugualmente fondamentale. La trasparenza s'impossessa del discorso globale, dalla politica all'architettura, dalla diplomazia agli affetti, non perché sia giusta in sé, ma perché viaggia e si gonfia sulla cresta dell'onda della moda. Ciò suonerà forse dissacrante, ma non cogliere l'aspetto modaiolo di certi fenomeni di estetica politica significa illudersi rispetto al fatto, molto probabile, che questa tendenza a una sempre maggiore trasparenza non è destinata a continuare all'infinito, ma a raggiungere un estremo al di là del quale essa è inevitabile che si configuri come problema più che come risorsa, con il risultato di dar luogo a fenomeni culturali di rottura nel senso dell'opacità piuttosto che della trasparenza.

2.7. *Moda capta est*

A dire il vero queste controtendenze si manifestano già proprio nelle mode vestimentarie, le quali raccolgono e istituzionalizzano nelle pratiche del marketing, della pubblicità, della commercializzazione, e ovviamente anche del design una tendenza globale che ha le sue radici essenzialmente nello stesso evento che segna, dal punto di vista politico, la rottura della tendenza a una sempre maggiore trasparenza inauguratasi con la Glasnost nel 1986. Tale evento è senza dubbio l'11 settembre 2001, il quale da una parte segna la fine della pax americana post–sovietica: a partire da questa data, l'Occidente dovrà sempre più rivedere i suoi standard di trasparenza nella necessità di collocarsi e difendersi in relazione a nuove forze ostili, riconsiderando per esempio l'operato dei servizi segreti nazionali e il loro furtivo monito-

raggio delle "vite degli altri"; dall'altra parte, questo evento sancisce anche l'arrivo, sulla scena della storia e della cultura globali, di forze culturali ed estetiche prima minoritarie o marginali, le quali, prendendo piede all'interno delle semiosfere occidentali, v'impongono nuovi standard di trasparenza non solo politica ma anche estetica, obbligando le semiosfere dell'Occidente a un'azione che è volta a volta di contrasto o di assorbimento.

Il velo islamico, per esempio, chiaro dispositivo di occultamento e di opacità, prima si manifesta come pietra d'inciampo delle estetiche occidentali della trasparenza corporea, le quali cominciano a manifestarsi in Occidente già con l'inizio della secolarizzazione ma che esplodono con la riscoperta del nudo nel '68; il velo islamico in Occidente "fa problema" perché mette in crisi questa concezione ormai affermata del corpo femminile e della sua carica erotico–sessuale. In seguito allo shock, però, quando la novità culturale si afferma sempre più, essa fa nascere fenomeni semiosferici di accomodamento, come quello che si manifesta nella recente campagna pubblicitaria del brand di moda italiano Versace (Fig. 2.3).

Figura 2.3. Gigantografia per pubblicizzare il marchio Versace, Shanghai, 2018. Foto dell'autore.

Da accessorio–cardine del codice vestimentario islamico, impregnato del valore di opacità proiettato sul corpo femminile, il velo viene sdoga-

nato in quanto indumento alla moda, rivisitato in chiave vintage recuperando il fazzoletto della donna occidentale, condiviso con il maschio strizzando l'occhio ai modi di vestire dell'uomo della penisola arabica, e soprattutto, in posizione centrale, valorizzato proprio in quanto *hejab*, di cui Versace però inverte la polarità scopica da superficie tessile occultante a tessuto esibito, accentuando il paradosso erotico di fatto già insito nel velo.

2.8. *Moda in mobili*

Il vento che agita l'universo, che muove le particelle subatomiche, che incita gli astri alle loro rivoluzioni, che battezza nuovi pianeti, quel vento che spira attorno a una nuova specie di pianta, o alla forma inusitata della pinna di un pesce, e che soffia altresì nei teatri, quelli dell'invenzione greca, o nella nuova fattura dei mosaici bizantini, o nell'emergere della prospettiva, fino alla miriade d'interazioni che incoronano un meme come campione di viralità, e sotto a tutto questo, da che la vita è senso, sospinge in avanti il linguaggio, i sistemi di segni, e soprattutto la lingua, che ognuno parla e che ognuno cambia, ma senza avvedersi dei refoli sottili che ne animano il mutamento, ebbene questo vento non è un vento reale, non si sprigiona da un motore lontano, dal contrasto epocale di freddo e di caldo, ed è solo per un attimo, attraverso l'istante delle vite nostre, quando per un mistero l'universo finge di allinearsi con le volontà del pensiero e dell'atto, che ci pare di sentirlo, mentre poi ne diverge in maniera catastrofica e ilare, tanto che se avesse un volto riderebbe continuamente del pensiero degli uomini, e del loro giocare con i simulacri vuoti di cause ed effetti, in quanto questo vento è un vento apparente, è quello che si anima dall'animarsi stesso delle cose, che non sono mosse dal vento ma che invece sono vento, noi siamo vento, e tu che leggi queste parole, e queste parole stesse, che a te sembra abbiano un qualche senso, ma sono solo un grumo di polvere di una qualche bellezza in un turbinio insensato.

Capitolo III

De certatoribus: il discorso del bastian contrario[1]

> Καὶ ἡμῖν δὴ οὖν ἀγῶνα προκεῖσθαι πάντων ἀγώνων μέγιστον νομίζειν χρεών, ὑπὲρ οὗ πάντα ποιητέον ἡμῖν καὶ πονητέον εἰς δύναμιν ἐπὶ τὴν τούτου παρασκευήν, καὶ ποιηταῖς καὶ λογοποιοῖς καὶ ῥήτορσι καὶ πᾶσιν ἀνθρώποις ὁμιλητέον ὅθεν ἂν μέλλῃ πρὸς τὴν τῆς ψυχῆς ἐπιμέλειαν ὠφέλειά τις ἔσεσθαι.
>
> (Basilio di Caesarea, *Oratio ad adolescentes*, II, 8)

3.1. Il contesto

Le scienze sociali si sono concentrate sulla formazione dell'opinione pubblica perlopiù da un punto di vista semantico: dato un certo campo d'interesse, interviste, statistiche, e altri strumenti analitici sono stati dispiegati al fine di mappare la distribuzione dei pareri, la loro evoluzione, i loro conflitti e accordi. La socio–semiotica, la semiotica sociale, e le altre branche della disciplina che vertono sull'indagine sociale hanno contribuito allo sforzo fornendo griglie semiotiche di categorizzazione. Anche queste griglie, tuttavia, si sono rapportate, nella maggior parte dei casi, ai contenuti semantici che circolano attraverso le società e le loro culture.

Al contrario, in questo capitolo si perseguirà un'ipotesi differente: la formazione delle opinioni nelle società contemporanee, e specialmente in quelle che hanno massicciamente abbracciato i *social networks* come forma predominante di manifestazione personale, non può più essere studiata da un punto di vista esclusivamente semantico. Le voci individuali, in effetti, così come i gruppi e le comunità di credenza, si trasformano sempre più

1. Una versione anteriore di questo capitolo è stata pubblicata in inglese (Leone [2015] *To Be*); ringrazio tutti coloro i quali mi hanno offerto spunti di ulteriore riflessione dopo la prima presentazione di questo testo in italiano, durante il XLI Congresso dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici (Università di Bologna, 25–27 settembre 2015); tale versione in italiano è stata poi pubblicata negli atti come Leone (2016) *Il bastian*.

in nodi di una gigantesca matassa, nella quale le posizioni prendono forma più secondo una logica sintattica che secondo una logica semantica. Ciò non significa che gli individui non credano in ciò che dicono o non ne se ne curino; al contrario. Nonostante ciò, la loro posizione individuale nella matassa e, di conseguenza, la loro gamma di opinioni scaturisce più da un'inestinguibile sete di differenziazione che da effettivo contatto con i temi sociali. Ciò in parte spiega il carattere spesso estremamente conflittuale della contemporanea formazione sociale delle opinioni: la negazione radicale di posizioni previe è un percorso di differenziazione più efficace dell'adesione a una tendenza *mainstream*. Le attuali tecnologie e modalità di comunicazione stanno forse volgendo la maggior parte degli attori sociali in ciechi bastian contrari? Questa è la domanda principale attorno a cui ruoterà questo capitolo, il quale adotta come caso di studio una delle tematiche più controverse e allo stesso tempo più centrali delle società contemporanee: gli attacchi terroristici[2] perpetrati da fondamentalisti jihadisti violenti contro coloro che, a loro maniera di vedere, avevano osato fare della satira a proposito dell'Islam.

Dopo aver brevemente ricordato gli eventi parigini del 7, 8 e 9 gennaio 2015, il capitolo prenderà in rassegna e cartograferà la sintassi di progressiva differenziazione delle opinioni che sono circolate nei *social networks* dopo tali eventi. S'identificheranno e descriveranno semioticamente alcuni pattern: 1) *clivage*; 2) relativizzazione comparativa; 3) sarcasmo ottundente; 4) anonimato; 5) responsabilità senza oggetto; 6) pensiero cospirativo. Si elaborerà un nuovo quadrato semiotico al fine di disporre visualmente questi pattern, le loro posizioni, le loro relazioni, e la loro evoluzione.

3.2. Il caso di studio

Come la maggior parte dei cittadini europei, ho seguito i tragici eventi del 7 gennaio 2015 con angoscia. Il fatto di trovarmi a Lione come *Visiting Professor* rendeva le notizie sugli attentati terroristici a Parigi ancora più

2. Nonostante le definizioni di "terrorismo" e "terrorista" siano altamente problematiche, non saranno discusse qui. Per un'esamina dettagliata della semantica di questi due termini, Leone 2014: 810.

vicine e, in una certa misura, surreali. Conosco Parigi molto bene. Ho fatto jogging innumerevoli volte attraverso le strade in cui gli omicidi hanno avuto luogo. Era incredibile. Tuttavia, man mano che i resoconti e i commenti proliferavano (monitoravo i media in diverse lingue), ho cercato di mantenere una dimensione di distacco. Mi sono sforzato di preservare una parte di me sufficientemente calma per analizzare non gli eventi, che ancora oggi mi appaiono incommensurabili, ma il discorso sugli eventi. Mentre i terroristi erano ancora assediati dalle forze speciali della polizia francese, non potevo fare a meno di chiedermi: quanto ci vorrà prima che i soliti pattern che strutturano la ricezione delle notizie nel mondo contemporaneo tornino a riprodursi? Dopo quanti giorni, voci abituali e ricorrenti emergeranno e proporranno una griglia interpretativa di ciò che è successo?

La risposta è stata: immediatamente, o quasi immediatamente. Ore appena dopo la sconvolgente notizia, pattern stereotipici d'interpretazione cominciavano ad affiorare, al punto che cominciai a chiedermi, come mi chiederò in questo capitolo, se il punto fosse non il contenuto di queste ricezioni, ma loro struttura interna[3]. Il contenuto infatti poteva apparire come nuovo, così come era senza precedenti la situazione alla quale esso reagiva. Tuttavia, la forma di questa ricezione era, in un certo modo, rituale[4]. Non mi riferisco ai commenti sofisticati che cominciavano a fioccare nella stampa, con interventi da parte di professionisti che spaziavano dagli esperti militari ai filosofi metafisici. Mi riferisco, invece, ai commenti, e ai commenti sui commenti, nell'anonima, sparpagliata stampa della

3. L'analisi semiotica dell'opinione pubblica è ancora un campo relativamente poco sviluppato, specialmente per quel che riguarda i *social networks*. Si veda Ehrat 2010 per uno studio semiotico della rappresentazione di eventi "scandalosi" nei media; si veda anche Gaines 2010. Questo campo è vicino all'area di ricerca sul "framing"; per un approccio parzialmente semiotico, si vedano Botan e Soto 1998; Zhoun e Moy 2006; Boomgaardenand e de Vreese 2007. La ricerca sulla formazione dell'opinione pubblica a proposito degli attacchi terroristici è fiorita soprattutto dopo l'11 settembre; si veda Greenberg 2002; alcuni contributi recenti sono Gerhards 2001; Frindte e Haussecker 2010; Archetti 2013. Dal punto di vista teoretico, inoltre, il tema dell'analisi semiotica della formazione dell'opinione pubblica interseca l'area della semiotica degli "stili di vita", delle "forme di vita", dei "modi di esistenza"; si vedano Fontanille 2006; Zilberberg 2011; la rivista francese di semiotica *Nouveaux Actes Sémiotiques* contiene numerosi articoli consacrati a questo tema; si veda per esempio Landowski 2012. Sulla formazione di cornici interpretative nei *social networks*, si veda Liu 2007; nello stesso numero della rivista, Lange 2007; si veda anche Adami e Kress 2009.

4. L'applicazione dei *ritual studies* all'analisi della comunicazione contemporanea non è nuova, almeno a partire dalla scuola di Manchester; si vedano per esempio Handelman 1977; Liebes e Curran 1998; sul "framing" nei *ritual studies*, Handelman 2006.

nostra epoca, i *social networks*[5]. Cercherò adesso di schematizzare alcune di queste tendenze interpretative e di formulare ipotesi su motivi e scopi in base ai quali esse ripetutamente modellano la risposta a tragici eventi quali gli attacchi terroristici a Parigi del gennaio 2015.

3.3. *Clivage*

La prima linea che il presente capitolo metterà in evidenza è quella della differenziazione progressiva, la quale nella stampa francese va spesso sotto il nome vagamente derogatorio di "clivage"[6]. La risposta emotiva allo sterminio dei vignettisti di Charlie Hebdo è stata rapida e, in un certo senso, commisurata al nucleo simbolico della tragedia. Le vittime erano perlopiù famosi fumettisti satirici; erano stati assassinati da terroristi jihadisti perché, a vedere di questi ultimi, i primi avevano ripetutamente osato rappresentare il profeta islamico Maometto, spesso con toni pesantemente sarcastici[7]. I messaggi di vicinanza emotiva alle vittime, perciò, hanno assunto proprio la forma espressiva che era sotto attacco; vignette hanno preso a circolare attraverso il web, soprattutto nei *social networks*. Il fatto che gli individui inizialmente abbiano reagito non verbalmente ma visivamente ha dunque incrementato il potenziale virale delle risposte. Non tutti possono disegnare efficacemente e, di conseguenza, gli individui hanno diffuso, nella maggior parte dei casi, immagini create da vignettisti professionisti, "postandole" nei loro *social networks*. Il discorso visivo che ha inizialmente reagito agli omicidi si è concentrato su poche immagini, circolate ampiamente attraverso il web. Esse potrebbero essere analizzate una a una, così da mostrare il loro

5. La formazione dell'opinione nei *social networks* è materia di ricerca sempre più intensa specialmente nell'ambito ora noto come "informatica sociale"; si veda Javarone e Galam 2015; una rassegna sugli approcci n–etnografici per lo studio dei *social networks* è Hine 2015; sul *trolling* come modalità di formazione dell'opinione nei *social networks*, si veda il provocante saggio Whitney 2015; sulla diffusione di notizie infondate attraverso i *social networks*, Aron 2014; sulla socio– e psico–dinamica dell'identità nei *social networks* esiste una letteratura abbondante e in espansione; utili contributi recenti includono Balick 2014 e Barbieri 2014; per una rassegna, Power e Kirwan 2014.

6. Sulla concettualizzazione del terrorismo nei media occidentali, si veda Schwarz–Friesel e Kromminga 2014.

7. La bibliografia sull'*affaire* delle vignette è molto ampia. Per una rassegna, si vedano Klausen 2009; Grenda, Beneke, e Nash 2014; Sinderman, Petersen, Slothuus, e Stubager, 2014; sul contesto danese, si veda Sinram 2015; sul contesto tedesco, Ata 2011; per uno studio comparativo, Avon 2010.

preciso punto di vista sugli eventi, ma molte hanno avuto tendenza a coagularsi intorno a uno stesso messaggio, che può essere sintetizzato verbalmente come segue: "le vignette sono più forti delle armi, alla fine trionferanno" (Fig. 3.1)[8]. Vi erano altre linee semantiche, per esempio quella delle vignette che mostravano le vittime in ironiche situazioni nell'aldilà; ma non erano predominanti.

Figura 3.1. Vignetta di Darrin Bell che enfatizza la forza della satira di *Charlie Hebdo* contro i terroristi. Riproduzione parziale in bassa definizione a solo scopo scientifico.

Una seconda reazione, altrettanto diffusa e immediata, è stata anch'essa visiva, ma ha incluso sia elementi verbali che grafici. Gli individui hanno cominciato a postare una specifica rappresentazione grafica della frase "Je suis Charlie" ["Io sono Charlie"], adottando lo stile tipografico tradizionale della rivista, di solito in bianco e nero, e in lingue diverse[9]. Questa semplice frase era retoricamente forte in quanto basata su posi-

8. L'analisi semiotica delle vignette ha una lunga tradizione; si vedano Contemori e Pettinari 1993; El Refaie 2009; sull'analisi semiotica delle vignette come risposta al terrorismo (9/11), si veda Hart e Hassencahl 2002; sulla metodologia che adotta l'analisi semantica delle vignette al fine di studiare il discorso pubblico su temi cruciali, Giarelli e Tulman 2003.

9. Lo slogan e la sua Gestalt visiva sono stati creati dal designer grafico francese Joachim Roncin subito dopo gli attacchi. Roncin ha scelto lo stile tipografico della sua propria rivista, *Stylist*, per il pronome e il verbo ("Je suis", "Io sono") e lo stile tipografico di *Charlie Hebdo* per "Charlie". Lo slogan si è diffuso dapprima su Twitter, poi in modo virale dappertutto nel web.

zioni deittiche vuote (Benveniste 1966, 1971; Manetti 2008; Ono 2007): un "io" che si identificava con Charlie; un tempo coincidente con quello dell'enunciazione della frase stessa; nessuna indicazione spaziale. Di conseguenza, ognuno poteva appropriarsi questo "io", abitare il tempo della sua enunciazione, e trasportarne il contenuto in qualsiasi latitudine. Cosa significava "Je suis Charlie"? All'inizio, un'espressione alquanto inarticolata di vicinanza umana, di empatia nei confronti di coloro che erano stati brutalmente assassinati per avere espresso in forma visiva le loro idee di sarcastico disprezzo nei confronti di ciò che essi consideravano oscurantismo islamico. In altre parole, le molte istanze di "Je suis Charlie" che hanno proliferato nel web non significavano esplicitamente "sono d'accordo con le idee dei vignettisti assassinati" ma, piuttosto, "io sono te perché tu sei stato ferocemente assassinato a ragione di ciò che pensavi" o, persino più genericamente, "io sono te perché tu sei stato brutalmente assassinato mentre facevi il tuo lavoro"[10].

Questi primi due ordini di reazione, che possiamo chiamare risposta visiva virale e identificazione in prima persona, mostravano una certa spontaneità, forse perché intervenivano nei primi istanti dopo la tragedia, quando i fatti si stavano ancora svolgendo[11]. Di contro, nella fase successiva, quanto la reazione sociale alla tragedia si è volta da monologo emotivo, visivo, e intimo a dialogo o discorso polifonico razionale, verbale, e collettivo, pattern stereotipici hanno cominciato a plasmare il discorso pubblico. In altre parole, mentre le prime, emotive reazioni sono state fresche e sorprendenti, ciò che è venuto dopo è stato, in larga misura, perfettamente prevedibile. È stato meccanico, e in quanto tale è stato anche, a volte insopportabilmente, inumano. La fredda prevedibilità del discorso sociale era provata dalla facilità con cui un analista moderatamente esperto avrebbe potuto anticipare, talvolta in dettaglio, quale sarebbe stata la mossa successiva. La prima di esse è stata la più semplice mossa con cui gli esseri umani di solito producono valore, e dunque identità: la negazione[12]. Mentre milioni di persone stavano riproducendo le stesse vignette

10. Sulla semiotica dell'empatia, si veda Koch 1989; sull'empatia narrativa, Keen 2006. Si veda Boler 1997.

11. Per un'analisi socio–semiotica di queste risposte emotive collettive, si veda Landowski 2004.

12. La letteratura scientifica sulla negazione è molto ampia. Per una prospettiva semiotica, si vedano Centre de recherche sémiologique 1991, Nöth 1994 e Ibo 2012; il numero 114 dei *Nouveaux*

titaniche nei *social networks*, e adottando lo stesso slogan, molto presto altri individui hanno sentito l'urgenza di differenziarsene, di manifestare la loro singolarità, e di mostrare la propria appartenenza a una minoranza.

Si può sostenere che questa strategia di opposizione e individualizzazione sia relativamente indipendente dal suo contenuto effettivo, e che di fatto si riproduca nella semiosfera, e specialmente nei *social networks*, ogni volta che una risposta collettiva ha luogo. In altre parole, quando i *social networks* producono un'interpretazione virale "A", è solo questione di secondi prima che alcuni individui negli stessi *social networks* inizino a proclamare che "non–A". Tuttavia, il punto è che essi non sono realmente interessati ad "A"; sono perlopiù interessati al "non–", vale a dire, sono irresistibilmente attratti dalla possibilità di potenziare, attraverso negazione, la propria identità. Mentre milioni di persone traggono conforto esistenziale dal mescolare la loro individualità emotiva in una reazione collettiva, altri individui se ne sentono quasi minacciati (Canetti 1960). Essi sentono l'esigenza impellente di emergere dalla massa a qualunque costo.

Essere un bastian contrario, negare ciò che ciascuno sta ripetendo, è il primo grado d'individualizzazione nei *social networks*, giacché inevitabilmente conduce alla necessità di sfumature. In effetti, mentre lo slogan "Je suis Charlie" può essere abbracciato senza giustificazione (la sua giustificazione è nella sua stessa circolazione, nell'identità quasi evoluzionista della sua efficacia emotiva), il bastian contrario deve, di converso, giustificare le ragioni per cui manifesta un "je ne suis pas Charlie" ["io non sono Charlie"]. Argomenti disparati sono stati forniti per giustificare questo primo grado di *clivage*. Il più comune di tutti è consistito nell'idea che, pur provando empatia per il tragico destino dei vignettisti e delle altre vittime, un'affermazione d'identificazione incondizionata con la rivista satirica fosse fuori discussione, in quanto coloro che proclamavano "Je ne suis pas Charlie" ne disapprovavano radicalmente i contenuti e il tono. Non era giusto, sostenevano queste voci, denigrare la religione nel modo in cui lo faceva la rivista. Perciò, un sostegno a essa senza sfumature attraverso una dichiarazione personale d'identificazione era impossibile. L'aspetto inquietante di questo *clivage* di primo grado era la sua freddezza:

Actes Sémiotiques (2011) è anch'esso interamente dedicato alla negazione; si veda anche Donà 2004; uno studio pionieristico sulla psicologia sociale della negazione è Wason 1962; per una rassegna generale, si veda Yang 2005.

come era possibile, mentre i cadaveri di undici persone erano ancora caldi, brutalmente massacrati in nome dell'ideologia, concentrarsi non sull'indicibile violenza dell'omicidio, ma sulla linea editoriale della rivista? Ciò era possibile perché, in un certo senso, non si trattava della rivista. Il *clivage* dava voce, al contrario, a un istinto "umano, troppo umano" di differenziazione. Si prova empatia, e nonostante ciò ci si vuole distinguere; non ci si vuole mischiare con la massa del "Je suis Charlie". Si grida, al contrario, lo slogan "Je ne suis pas Charlie". Ciò che importa non è la legittimità di tale posizione, ma la sua individualità, la capacità di proiettare un profilo esclusivo attorno alla propria persona e alle proprie *opinioni*.

Ma non erano forse questi due proclami, quello positivo e quello negativo, sullo stesso livello? Perché mai il primo dovrebbe essere considerato come una reazione emotiva, istintiva, e collettiva alla tragedia e il secondo come una contro–reazione fredda, meditata e individualista? Vi sono più ragioni per questa distinzione, ma una di esse è fondamentale. Coloro che hanno scelto il "Je ne suis pas Charlie" non stavano reagendo alla realtà sociale. Essi stavano reagendo al discorso sulla realtà. La loro relazione con gli omicidi era di secondo grado e, perciò, da un certo punto di vista, priva di empatia umana. Ma non stava forse il partito del "Je suis Charlie" anch'esso reagendo a una rappresentazione della realtà offerta dai media? Molti dei membri di questa collettività, in effetti, non erano stati testimoni diretti della tragedia, ma l'avevano esperita attraverso lo snervante *storytelling* dei media francesi e internazionali. Nonostante ciò, coloro che manifestavano un'empatia incondizionata verso le vittime situavano la loro reazione a un livello gerarchico differente rispetto a quello al quale si collocavano le prese di posizione del "Je ne suis pas Charlie". Come si vedrà, una delle maggiori complicazioni discorsive che toccano la comunicazione nei *social networks* odierni è esattamente la diffusa incapacità di distinguere tra livelli di discorso: tra un messaggio che verte sulla realtà della morte e un messaggio che verte su un messaggio che verte sulla realtà della morte, e così via.

3.4. Relativizzazione comparativa

Tale incapacità è ancora più impressionante nella seconda forma di differenziazione retorica, la quale nel caso in questione non scaturiva semplicemente dal *clivage* (tu dici "sì", io dico "no"), ma da un'altra dinamica ste-

reotipica del discorso sociale contemporaneo. Potrebbe essere chiamata "relativizzazione comparativa". La struttura di questo pattern argomentativo è estremamente comune nei *social networks* e può essere sintetizzata come segue: ogni volta che un soggetto collettivo esprime empatia o semplicemente vicinanza a una causa "X", un soggetto individuale costruirà la sua identità relativizzando questa vicinanza attraverso la comparazione. Nel caso del movimento "Je suis Charlie", poche ore appena dopo la sua manifestazione nel web, i "Je ne suis pas Charlie" proliferavano non solo attraverso la critica dei contenuti della rivista (*clivage*), ma anche attraverso comparazione relativizzante: e che dire del giornalista "X" perseguitato e ucciso in tal o tal Paese? E che dire della vittima "Y" di tale o tale terrore? Perché mai la gente non dice "Je suis X" o "Je suis Y" a loro favore? Questo processo di differenziazione è in un certo senso ancora più pernicioso del primo, giacché proietta una griglia ideologica sull'empatia. Se si segue questo argomento, c'è sempre una vittima, un massacro, un genocidio, ecc. che è più degno di considerazione di quello presente. "Le mie vittime sono forse peggiori delle tue? Allora smetti di lamentarti!", dice l'argomentazione della relativizzazione comparativa. La conseguenza virale di questo pattern retorico nel web è una moltiplicazione d'istanze di rivalsa empatica: nella cacofonica conversazione che, minuto dopo minuto, si espande nei *social networks*, ogni partecipante propone una causa, una fonte di ingiustizia, una ferita che giace in un qualche altro luogo e in un qualche altro tempo nello spazio e nella storia, e il cui messaggio alla situazione corrente è: "considera me, non Charlie Hebdo, ne sono altrettanto degna o persino più degna di considerazione".

Per dare un'idea del parossismo surreale cui può condurre questo pattern argomentativo, si consideri l'esempio seguente. Mentre preparavo la stesura di questo testo, Uber — la rete di trasporti privati basata sul web — stava diventando sempre più apprezzata nella città di Torino, specialmente fra studenti e giovani. I tassisti erano in collera, lamentando un calo dei clienti e una svalutazione delle licenze. Continuavano così a protestare, talvolta in modo piuttosto aggressivo. A un certo punto, durante una nuova ondata di protesta, essi hanno preso a incollare sul parabrezza dei taxi un adesivo. Questo era identico all'adesivo di "Je suis Charlie", con lo stesso design, gli stessi colori, e lo stesso *lettering*, ma "Charlie" era stato sostituito da "taxi legale" (Fig. 3.2). Uno slogan che era stato creato per mostrare empatia collettiva verso le vittime di

un attacco terroristico era perciò adoperato per attrarre empatia verso i tassisti "minacciati" da Uber. Tale è la bizzarria morale cui può condurre il processo di comparazione relativizzante: miriadi di reclami più o meno seri sono spinti a competere per l'attenzione dei media attraverso il meme di "Je suis Charlie". Il problema è che, da un punto di vista discorsivo, nessuno di essi vince.

Figura 3.2. Un poster "Je suis taxi legale" sul parabrezza di un taxi a Torino. Foto dell'autore.

A prima vista, potrebbe sembrare che questa struttura argomentativa sia additiva. "Non diciamo solo 'je suis Charlie'; diciamo anche 'je suis X' o 'je suis Y'". In realtà questo pattern argomentativo è sottrattivo. Parassita la carica emotiva che una collettività sta condividendo attorno a una certa questione al fine di canalizzare altrove parte di tale carica.

La formula minima di questa sottrazione è una semplice parola: "ma". È una parola che ha un equivalente in tutte le lingue naturali e che logicamente e soprattutto semanticamente introduce una differenziazione negativa[13]. "Je suis Charlie", ma… La configurazione semantica che questa parola provoca è la stessa che emerge da una delle frasi più paradossalmente razziste del discorso sociale contemporaneo: "Non sono razzista, ma…" Questo "ma" di fatto annulla ogni autodefinizione razzista, così come disintegra ogni empatia dietro l'identificazione del "Je suis Charlie". Pragmaticamente, questo "ma" invita infatti la folla a ridestarsi dalla sua trance emotiva, e a ridirigere la sua attenzione empatica altrove.

13. Sul "ma" come uno dei principali operatori di differenziazione, si veda Greimas 1975.

Tale relativizzazione comparativa è forse giustificata dalla molteplicità di agende ideologiche che, come è naturale, circolano attraverso i *social networks*? Un'osservazione attenta di questa complessa arena discorsiva sembra legittimare il sospetto che tale differenziazione di secondo grado scaturisca anch'essa più da un pattern formale che da sensibilità a un particolare contenuto. In altre parole, ciò che conta sembra essere non l'urgenza di portare alla ribalta tale o talaltro reclamo, ma in qualche modo di sminuire quello che è sotto i riflettori, di rompere l'unisono di una collettività incantata e di re–introdurre un motivo per una sua ri–frammentazione. È come se un'ancestrale paura della folla si manifestasse ogni volta che una collettività emotiva si forma nel web. Un riflesso istintivo d'individuazione porta molti a distinguersi, a esprimere la propria postura di bastian contrari, e a guadagnare, di conseguenza, pochi secondi di attenzione pubblica.

Vi è sempre una certa quantità di sfruttamento dietro ogni differenziazione. La più semplice forma di esso è l'attenzione: la ricevono coloro che creano valore attraverso l'emergere della differenza. In alcuni casi, il valore è creato non attraverso differenziazione negativa, ma attraverso creatività positiva. Dopo gli attacchi terroristici contro Charlie Hebdo, una vignetta erroneamente attribuita a Banksy ha cominciato a diffondersi attraverso il web globale; vi si comparavano visivamente un "oggi" e un "domani". L'"oggi" era associato all'immagine di una matita spezzata; il "domani", all'immagine dei due mozziconi, trasformati in altrettante matite appuntite. La vignetta era astuta perché il suo messaggio era diretto, potente, e inequivoco: oggi i vignettisti vengono uccisi; domani si moltiplicheranno; la libertà e la creatività hanno la meglio sull'oscurantismo e la repressione. La vignetta otteneva un immenso successo anche perché la sua forma ne incarnava il messaggio: la creatività di Banksy stava esaltando la resilienza della creatività. Come risultato, l'immagine è divenuta assai apprezzata e ampiamente condivisa in Internet (Fig. 3.3).

Tuttavia, accanto alla differenziazione positiva della creatività, il cui potenziale d'individuazione è enorme, sussistono miriadi d'istanze microscopiche, le quali non creano differenza attraverso creatività bensì attraverso negazione. Il *clivage* e la comparazione relativizzante ne sono due esempi: quando "Je ne suis pas Charlie" viene postato su Facebook, o quando un adesivo "Je suis taxi legale" viene affisso, un po' della forza dell'empatia collettiva è parassitata al fine di ottenere un momento di

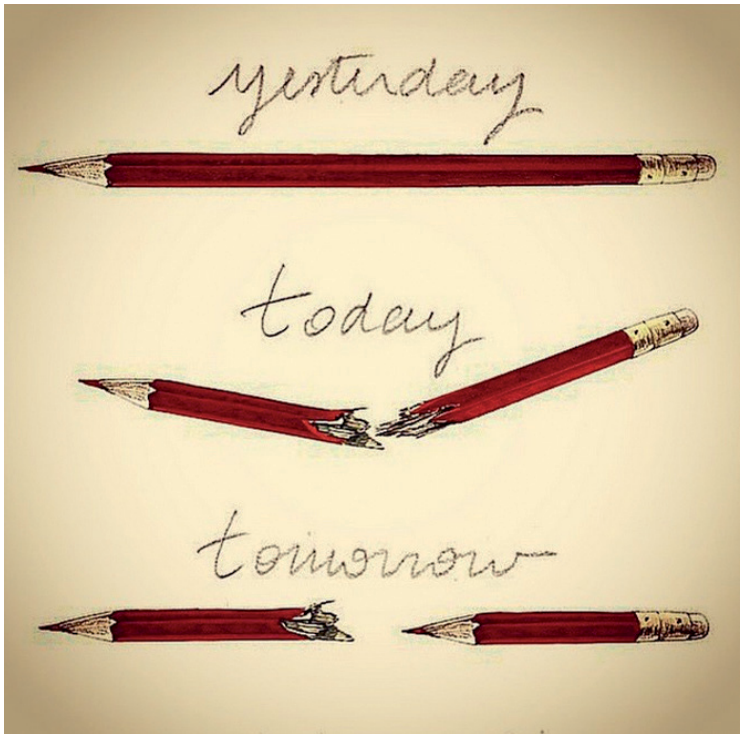

Figura 3.3. La vignetta di Lucille Clerc per *Charlie Hebdo* (erroneamente attribuita a Banksy). Riproduzione parziale in bassa definizione a solo scopo scientifico.

attenzione, sia pure oltraggiata o annoiata. Ma ciò implica forse che la collettività ha un copyright sui suoi slogan, e che nessuna posizione minoritaria e alternativa è possibile? Tale pretesa equivarrebbe a sostenere una dittatura della collettività. Allo stesso tempo, vi è una differenza logica fra quegli agnostici che semplicemente non partecipano all'empatia collettiva, per esempio non esponendo nessun adesivo "Je suis Charlie", e coloro che, al contrario, volontariamente producono una deviazione negativa dal blocco collettivo.

Compito dello studioso contemporaneo non è solo di riflettere su ciò che accade in una società quando essa espelle ogni istanza di negazione, come nel caso delle dittature, ma anche su ciò che accade a una comunità quando l'empatia collettiva è costantemente frustrata da operazioni di *clivage* e relativizzazione. Non conduce forse anche questo individualismo delle reazioni dei bastian contrari a una sorta di paralisi morale, nel-

la quale la giustapposizione continua di rivendicazioni in competizione perturba ogni tentativo di progetto morale? In altre parole: che cosa succede a una società quando non è più in grado di rispettare un minuto di silenzio per le sue vittime del terrore senza che voci individuali rompano il vuoto? Il narcisismo che pervade i *social media* è una forza impetuosa, la quale talvolta opera a discapito della coesione sociale.

Come è stato sottolineato, non c'è niente di più facile del catturare l'attenzione altrui attraverso negazione. La folla dice "Je suis Charlie", io mi differenzio attraverso *clivage* o comparazione relativizzante; ottengo dunque la considerazione di un piccolo gruppo di seguaci, i quali forse pensano ciò che io penso, ma più probabilmente sono anch'essi bramosi di differenziarsi attraverso la formazione paradossale di una minoranza. Al fine di far parte di una minoranza devo condividere le opinioni di altri (le minoranze individuali sono tanto difficili da concepire quanto gli idioletti). Tuttavia, il genere di omologazione che l'individuo subisce in una minoranza è differente da quello che impone la maggioranza o il *mainstream*. È un'omologazione che mantiene pur sempre come connotazione il valore della "differenziazione attraverso negazione".

3.5. Sarcasmo ottundente

Un terzo grado di differenziazione esaspera gli effetti semantici e pragmatici del *clivage* e della relativizzazione comparativa: s'introducono nella semiosfera messaggi che non solo cercano di negare la coesione emotiva della folla o di spostarne il centro di attenzione verso altri ambiti, ma che espressamente costituiscono una contro–dichiarazione. È il caso del comico satirico francese e attivista antisemita Dieudonné M'bala M'bala[14]. L'11 gennaio 2015, al fine di mostrare solidarietà con le vittime degli attentati terroristici, una gigantesca folla ha sfilato lungo i viali di Parigi; il comico francese, notorio bastian contrario, al contrario twittava "Sachez que ce soir, en ce qui me concerne, Je me sens Charlie Coulibaly" ["Sappiate che stasera, per quel che mi riguarda, io mi sento Charlie Coulibaly"], mischiando il nome della rivista satirica con quello di uno dei terroristi,

14. Fontenay–aux–Roses, Hauts–de–Seine, Francia, 11 febbraio 1966.

Amedy Coulibaly[15]. Dieudonné è stato dunque inquisito e condannato dalle autorità francesi per apologia del terrorismo.

L'affermazione di Dieudonné, però, non era isolata. Poco dopo, altre versioni dello stesso slogan hanno cominciato a diffondersi attraverso i *social networks*, talvolta adottando la forma grafica del segno "Je suis Charlie". Queste versioni, tuttavia, anch'esse sostituivano, come quella di Dieudonné, il nome della rivista con quello dei terroristi, vale a dire, di nuovo Coulibaly o i famigerati fratelli Kouachi[16], perpetratori del massacro di Charlie Hebdo (Fig. 3.4).

Figura 3.4. Immagine postata sul web, adattando lo slogan "Je suis Charlie", per manifestare sostegno ai terroristi. Immagine di pubblico dominio.

Questi contro–slogan spesso appoggiavano apertamente il jihadismo violento o l'antisemitismo. È abbastanza evidente che il grado di differenziazione che essi cercavano di produrre si situi a un livello differente di antagonismo. Essi non si limitavano a negare l'identificazione della folla con le vittime, né semplicemente sostituivano le vittime con altre presunte vittime, ma proponevano un'inquietante identificazione con i terroristi. Come è chiaro nel caso di Dieudonné, questo terzo livello di differenziazione produce scandalo, da cui risultano attenzione e audience, nonché imitazione e sostegno. Dal momento che il presente capitolo è

15. Juvisy–sur–Orge, Île–de–France, Francia, 27 febbraio 1982 — Parigi, 9 gennaio 2015.

16. Chérif e Saïd Kouachi, nati a Parigi rispettivamente il 29 novembre 1982 e il 7 settembre 1980; entrambi morti a Dammartin–en–Goële, Francia, il 9 gennaio 2015.

sui pattern astratti di differenziazione sintattica nella semiosfera più che sul loro contenuto effettivo, ciò che è in gioco qui non è tanto l'assurdità di proporre ai media, e specialmente ai *social networks*, un'identificazione con gli assassini, quanto la capacità di queste affermazioni di diffondersi in modo virale attraverso la semiosfera. Propositi di questo tipo, infatti, sono preoccupanti a causa della loro semantica di violenza, ma preoccupano ancora di più in ragione della loro efficacia pragmatica: numerosi individui in Internet erano bramosi di riceverli e riprodurli, contribuendo, così, alla loro diffusione. Come lo si può spiegare? Mentre le differenziazioni dei primi due tipi (*clivage* e comparazione relativizzante) sfidavano la massa attraverso contro–narrative moderate, i seguaci di Dieudonné o i sostenitori dei fratelli Kouachi appoggiavano una visione drammaticamente antisociale, secondo la quale la folla che manifestava contro il terrorismo e in solidarietà con le sue vittime non solo era nel torto ("non dovremmo essere Charlie, dovremmo essere qualcun altro"), ma si trasformava, de facto, in un nemico. Gridare "Je suis Coulibaly" significava designare l'intera massa dei pro–Charlie come la prossima potenziale vittima.

A questo proposito, è necessario introdurre una distinzione ulteriore. Da una parte, i leader d'opinione come Dieudonné pronunciano apertamente queste affermazioni. Essi sono ben consapevoli delle conseguenze legali che dovranno affrontare di conseguenza. In effetti, per quanto esse possano essere punitive, inevitabilmente si trasformeranno nel più efficace megafono che questi stessi leader possano avere a loro disposizione. Questo è uno dei dilemmi con i quali le società occidentali devono fare i conti al momento: da una parte, limitare la diffusione dell'incitamento all'odio; dall'altra parte, confrontarsi con il rischio che ogni limitazione diventi propaganda involontaria (Bleich 2011; Leone 2011). Ciò è esattamente quanto è avvenuto dopo che Dieudonné è stato inquisito per la sua affermazione presuntamente a favore di Coulibaly: migliaia di voci anonime in Internet hanno cominciato a dipingerlo come un martire della libertà e come una vittima di censura e repressione, persino comparandolo con Charlie Hebdo. L'evidente differenza fra i vignettisti, che erano stati brutalmente assassinati, e Dieudonné, il quale era stato inquisito in osservanza della legge francese, veniva del tutto ignorata. Dieudonné, così come gli altri bastian contrari e leader di opinione provocatori come lui, sanno molto bene in che modo utilizzare l'indignazione pubblica come una leva per guadagnarne popolarità e, come risultato di ciò, benefici politici ed economici. Non è dunque difficile spiegare la logi-

ca dietro questi pattern retorici di provocazione. Sfortunatamente, più essi suonano moralmente oltraggiosi, più attraggono l'attenzione dei media; essi acquisiscono dunque status sociale in nicchie specifiche. Ciò che è più difficile spiegare è perché queste nicchie proliferino nel panorama politico contemporaneo. Perché mai qualcuno dovrebbe appoggiare un'affermazione che giustifica apertamente o persino glorifica il terrorismo brutale, se non gliene deriva nessun beneficio apparente?

3.6. Anonimato

Un elemento da considerare è senza dubbio costituito dagli effetti paradossali che l'anonimato della comunicazione introduce nella semiosfera (Roesler 2007; Stryker 2012; Poletti and Rak 2014). L'anonimato non è un'invenzione moderna. Lettere anonime, pasquinate, graffiti senza autore palese sono esistiti in epoche storiche precedenti, spesso giocando un ruolo centrale nella società (Griffin 2003; Mullan 2007; Pabst 2011): dati lo squilibrio di potere e la gerarchia sociale in una comunità, le voci non– o sotto–rappresentate e represse possono circolare solo in via anonima, senza una connessione apparente a una persona fisica e amministrativa. L'anonimato difende il dissidente o la minoranza dalla violenza del potere. Che cosa succede, tuttavia, quando l'anonimato diviene non l'eccezione, ma la regola della comunicazione socio–politica? Giornali e riviste su Internet sono pieni di commenti e opinioni che reagiscono gli uni agli altri in una catena infinita, e tuttavia molto pochi fra essi sono collegati a ciò che, nell'era pre–Internet, si sarebbe definito "un autore". Avatar fittizi con nomi di fantasia costituiscono oggi il grosso della comunicazione su Internet. Un'investigazione lunga e complessa è richiesta, persino per le forze di polizia o i servizi di *intelligence*, al fine di ricollegare questi avatar alla persona di un cittadino. In alcuni casi, questo collegamento è letteralmente impossibile. Le tracce che legano un corpo e le sue voci in Internet svaniscono nell'oceano continuamente in movimento del web.

La proliferazione dell'anonimato nello spazio pubblico non è senza conseguenze. Come è stato sottolineato in precedenza, il segreto consentiva ai dissidenti del passato di esprimere messaggi che, altrimenti, sarebbero stati brutalmente repressi. Oggi, tuttavia, non è solo la paura della repressione a spingere gli autori a nascondersi dietro avatar, ma una nuova

versione di quel fremito estetico che Canetti aveva riconosciuto nella formazione delle masse.

Da un lato, vi è anonimato in ogni massa, almeno fino a un certo punto. Coloro che sfilano lungo i viali di Parigi gridando "Je suis Charlie" stanno anch'essi godendo del piacere estetico di fondersi in una collettività soverchiante. Dall'altro lato, la fusione in una folla reale non è mai completa: non importa quanto i sostenitori di una causa politica o di una squadra di calcio si stringano insieme; essi rimangono corpi individuali, esseri senzienti, i quali occupano una porzione specifica del tempo e dello spazio. Possono urlare slogan oltraggiosi, ma non saranno mai capaci di scrollarsi completamente di dosso la responsabilità di queste urla; possono perdersi estaticamente nella moltitudine, talvolta con conseguenze tragiche e violente, ma vi esisteranno pur sempre come singolarità, e in quanto tali saranno confrontati dalle forze di polizia, ripresi dai servizi di *intelligence*, e arrestati.

Le masse su Internet sono più potenti. Gli avatar si uniscono a una causa, esprimono solidarietà, manifestano preoccupazione, incitano all'odio, si schierano con le vittime o con i loro assassini, invocano empatia e azione, attirano o distraggono l'attenzione da questo o quell'obbiettivo, praticamente senza limiti. Un messaggio brutale scritto in un forum web e l'effettiva persona del suo autore, con una vita nello spazio e nel tempo, sono così distanti che solo circostanze eccezionali ricreano una connessione vincolante tra i due. Allo stesso tempo, tuttavia, il carattere essenzialmente virtuale delle attuali masse in Internet genera anche alcune conseguenze inquietanti. Che genere di opinione è, infatti, un'opinione che è radicalmente sconnessa dal suo corpo? Catene di commenti che si sviluppano a piè di qualsiasi notizia nei siti web dei quotidiani, specialmente in relazione a temi controversi, si caratterizzano spesso per un tratto semantico particolare: essi sono sintatticamente relati nel *thread*, connettendosi formalmente gli uni agli altri attraverso appropriati riferimenti anaforici, ma sembrano però evitare di agganciarsi pienamente al campo semantico aperto dagli altri commenti. Il solipsismo è l'effetto di senso che emerge da tale arrangiamento. Si tratta di una conseguenza dell'anonimato? In parte sì. Gli avatar non dialogano come esseri umani, non solo perché — malgrado lo sviluppo di emoticon viepiù sofisticati — lo scambio verbale è costantemente staccato dagli altri sistemi di segni e linguaggi (espressioni facciali, intonazioni, ecc.), ma anche perché le voci

distaccate dai corpi tendono ad andare alla deriva nella semiosfera senza impedimenti od ostacoli che ne dirottino la traiettoria.

Da un lato, ogni avatar in Internet trova facilmente un séguito: non importa quanto una proposizione possa essere oltraggiosa, presto o tardi essa raccoglierà, se non sostegno, per lo meno la volontà di altri avatar a conseguire differenziazione e valore nella semiosfera attraverso l'adesione a tale proposizione. Gli avatar e gli individui dietro di essi sono affamati di valore, e talvolta lo trovano nelle posizioni moralmente più inaccettabili. Dall'altro lato, data la conformità della semiosfera virtuale, persino la posizione più controversa non incontrerà resistenza alcuna, ma si svilupperà in una sorta di nicchia nello spazio semiotico illimitato del web. I forum jihadisti terroristi che giustificano la lapidazione delle donne adultere iniettano nella semiosfera occidentale idee criminali, eppure rimangono perlopiù incontrastati, abitati e visitati solo da coloro che hanno già plasmato l'identità dei propri avatar giocando il gioco oscurantista del forum.

Ciò non dovrebbe suggerire che non esiste alcuna connessione fra il modo in cui le idee sono comunicate in Internet e il modo in cui circolano al di fuori del web. Leader controversi come Dieudonné, per esempio, conseguono uno status politico ed economico esattamente perché sono abilmente capaci di abitare il crinale fra virtuale e non–virtuale, YouTube e teatri. Tuttavia, ciò che alimenta il loro potere politico ed economico — vale a dire, i loro sostenitori — raramente si distaccano dalla folla anonima e di solito si manifestano effettivamente solo attraverso vaghi avatar. Il doppio standard che caratterizza l'espressione delle opinioni nella semiosfera occidentale riguardo alla relazione fra la piazza reale e quella virtuale accentua tale fenomeno: dal momento che le persone reali devono confrontarsi alla censura e talvolta a conseguenze legali — mentre gli avatar perlopiù sviluppano il loro personale universo morale indisturbati — i primi spariscono sempre più dietro i secondi, dando forma a un'arena sociale nella quale il contenuto semantico è creato e comunicato senza responsabilità.

L'analisi semiotica dei pattern di formazione dell'opinione nella semiosfera virtuale non dovrebbe trasformarsi, tuttavia, in un appello alla censura (Leone 2016, *Censura*). Al contrario, gli osservatori democratici non possono non rallegrarsi dei nuovi spazi di espressione di idee che Internet offre agli esseri umani. Questi spazi sono assolutamente fondamentali, soprattutto in quelle società in cui parlare in prima persona, e non solo attra-

verso un avatar, potrebbe essere causa di persecuzione e persino di morte. Allo stesso tempo, gli analisti semiotici devono aprire i propri occhi, e gli occhi degli altri, rispetto alle possibili conseguenze, per una comunità, di una conversazione sociale e di una formazione dell'opinione pubblica che si sviluppi perlopiù virtualmente, senza collegamento o con un collegamento transiente rispetto a una persona fisica e amministrativa. La parola chiave in questo ambito è "responsabilità".

3.7. Responsabilità

La responsabilità certamente non è una caratteristica sintattica della comunicazione, sebbene ne influenzi la sintassi. Lo stesso vale per la dimensione semantica. La responsabilità, però, non è nemmeno semplicemente un concetto morale ma anche semiotico, e specificamente pragmatico. Etimologicamente, designa la cerchia d'individui o istituzioni ai quali un soggetto idealmente risponde, ai quali deve rendere conto. Chi idealmente risponderà alla conversazione che io inizio sul web, e che cosa devo a questi partner di conversazione? Quali sono le regole che devo rispettare affinché la mia affermazione riceva una risposta appropriata? Comprendere che cosa sia una comunicazione responsabile può essere più semplice se si analizza prima la sua controparte negativa, vale a dire, una comunicazione irresponsabile.

Torniamo all'affermazione da bastian contrario di Dieudonné, "Je suis Charlie Coulibaly". Nel difendersi contro l'accusa di "apologia del terrorismo" rivoltagli dallo Stato francese, Dieudonné ha dichiarato che sua intenzione era stata piuttosto quella di "avoir voulu dépasser la logique 'des gentils et des méchants'", "aver voluto andare al di là della logica dei 'buoni e dei cattivi'". Il grado di responsabilità di questa affermazione, e dell'affermazione che cerca di giustificare, può essere misurato in relazione al pubblico al quale Dieudonné potenzialmente risponde. Esso non si compone semplicemente dei parenti e degli amici del comico, ma consiste in una vasta arena d'individui i quali, attraverso spettacoli teatrali e specialmente attraverso i *social networks*, sono raggiunti quotidianamente dalle parole e dalle performance di Dieudonné. Dieudonné è attualmente seguito su Facebook dai più di 1.216.761 sostenitori; su Twitter, 147.921; "Quenel+", il canale YouTube di Dieudonné, conta oltre 100.000 iscritti.

Allo stesso tempo, Dieudonné non è un rappresentante eletto dal popolo; è un privato cittadino, con lo stesso diritto di espressione di altri cittadini francesi. La questione qui, tuttavia, non è giuridica ma pragmatica: qual è la forza della voce di Dieudonné, la sua capacità di creare contenuti che, iniettati nella semiosfera, circolino attraverso di essa e addirittura ne raggiungano il nucleo? Qual è la probabilità che le idee antisemite di Dieudonné, per esempio, "infettino" il cuore della società francese?

Data la posizione che il comico detiene nella semiosfera francese e francofona, le sue esternazioni ironiche sulla marcia repubblicana dell'11 gennaio 2015 — postate su Twitter e altri *social networks* — e specialmente la già menzionata, famigerata frase "sachiez… ecc." sono pragmaticamente irresponsabili. A questo proposito, il segmento più rivelatore della frase non è la repellente giustapposizione fra il nome delle vittime e quello dell'assassino, ma la frase incidentale "per quel che mi riguarda" ["en ce qui me concerne"]. Un leader di opinione con una tale presa su una larga parte del pubblico francese non può qualificare le proprie affermazioni con un "per quel che mi riguarda", giacché è chiaro che qualsiasi cosa egli faccia o dica pubblicamente influenzerà centinaia di migliaia di persone. Al fine di valutare meglio la misura di questa irresponsabilità tre elementi devono essere analizzati: 1) il pattern di formazione dell'opinione che questa frase sfrutta; 2) la sua "traiettoria" nella semiosfera; 3) l'effettivo contenuto semantico che essa fa circolare nell'arena francese contemporanea.

Per quanto riguarda il primo elemento, è chiaro che Dieudonné costruisce il valore del suo messaggio e della sua identità non solo attraverso semplice *clivage* ("Io non sono Charlie Hebdo"), o comparazione relativizzante ("non dovremmo essere Charlie Hebdo, dovremmo essere X o Y"), ma da un'ambigua combinazione di entrambi, che è essenzialmente sarcastica. Data la tragica situazione che l'affermazione di Dieudonné commenta, il suo sarcasmo è dissacrante. Consiste precisamente nell'offuscare la distinzione fra l'innocente e l'assassino. Invita il pubblico a un'identificazione ambigua, ossimoronica, di fatto impossibile, la quale abbracci nella stessa empatia le vittime del terrore e i suoi perpetratori. Dal momento che questa identificazione è difficilmente concepibile, specialmente all'indomani dei tragici eventi, il carattere sarcastico del messaggio che la promuove spicca: l'affermazione di Dieudonné non sta di fatto perorando che si considerino allo stesso livello la morte dei vignettisti di Charlie Hebdo e quella di Coulibaly; sta prendendo in giro quelli che esprimono una spon-

tanea identificazione con le vittime. Il pattern di formazione dell'opinione che questa affermazione sfrutta, perciò, non può essere considerato come puramente sintattico, come una maniera di forgiare, sebbene per un minuto, il guizzo d'identità del bastian contrario; è, conversamente, una chimera morale calcolata, offerta al pubblico web di Dieudonné al fine di rafforzare la posizione del comico come cane sciolto della semiosfera francese, come leader di opinione capace di andare al di là del pensiero *mainstream* "imposto dalle lobby dell'informazione".

Per quanto riguarda il secondo elemento (la "traiettoria" della frase di Dieudonné nella semiosfera), essa si è sviluppata lungo tre linee differenti. Lungo la prima, la frase ha immediatamente generato repulsione e, di conseguenza, un'azione legale contro il comico, accusato e poi condannato per apologia di terrorismo. Lungo la seconda linea, tuttavia, più la frase veniva citata, e condannata dall'establishment politico, mediatico, e intellettuale, e più calchi di essa cominciavano a circolare nel web, spesso sovrastata da versioni che, abbandonato il velo di sarcasmo contenuto nella frase originale, appoggiavano sfrontatamente un'identificazione con Coulibaly, l'assassino. Vi sono stati, è vero, seguaci di Dieudonné sul web che hanno espresso raccapriccio rispetto alla nuova provocazione del comico (terza linea), ma si è trattato di una minoranza. In generale, egli è riuscito a rafforzare la sua immagine di bastian contrario e vittima, perseguitato da un establishment repressivo.

Per quanto riguarda il terzo elemento, vale a dire il contenuto effettivo che l'affermazione di Dieudonné fa circolare nella semiosfera francese e francofona, esso si dispiega a livelli differenti. In primo luogo, cerca e probabilmente riesce a usare l'ironia, o piuttosto il sarcasmo, al fine di rompere l'incantesimo di una nazione che si unisce, in un momento quasi religioso, per commemorare le vittime di un brutale assassinio. In secondo luogo, insinua che questo profluvio d'indignazione è mal riposto, giacché dovrebbe considerare come i perpetratori stessi sono vittime se giudicati da una prospettiva più "illuminata". In terzo luogo, manifesta un modello di dissacrazione, offerta a tutti coloro che, per una ragione o per un'altra, possano parteggiare per i terroristi: intorbidisce le acque del giudizio morale attraverso l'offuscamento della distinzione tra vittime e carnefici. In quarto luogo, persegue una strategia di provocazione/vittimizzazione, forzando le autorità francesi a inquisire il comico per le sue affermazioni; la strategia è particolarmente perniciosa in quanto propone esplicitamen-

te uno (pseudo) parallelismo tra Dieudonné e Charlie Hebdo, i quali sarebbero entrambi vittime di oscurantismo e repressione.

Nel quadro di questa analisi, l'irresponsabilità pragmatica del comico si situa anch'essa su diversi livelli. Primo, come è stato suggerito, Dieudonné non è un cittadino comune, ma un leader di opinione, quantunque comico, che approfitta economicamente e anche politicamente dall'accrescersi della sua popolarità, la quale a sua volta è direttamente proporzionale alla sua abilità di provocazione, di negazione del consenso consolidato. Ma provocare il riso non è forse il primo dovere di un comico, indipendentemente dalla situazione? Dipingere con ironia e persino con sarcasmo ogni sorta di realtà non è forse il *core–business* di un umorista? Probabilmente lo è. La questione dunque è: chi si supponeva dovesse ridere alla "battuta" di Dieudonné, e chi ha di fatto riso? I parenti e gli amici delle vittime potevano forse ridere a questa "battuta", sentendosene sollevati? Milioni di francesi in lutto potevano forse gioire del sarcasmo, grati per il modo in cui risollevava i loro animi? È difficile non essere fermamente convinti che il solo pubblico che potesse ragionevolmente sorridere o ridere o provare euforia di fronte alla frase sarcastica di Dieudonné fosse composto da coloro che in qualche modo si schieravano con gli assassini. La "battuta" di Dieudonné stava dunque solleticando i simpatizzanti del terrorismo. Questa è la prima ragione della sua irresponsabilità pragmatica: un comico dovrebbe essere capace di proporre la migliore interpretazione della misura in cui un certo contesto pragmatico sia aperto o meno al riso. Fare una battuta a un funerale può offrire sollievo persino a coloro che sono in lutto, ma se la battuta implicitamente svilisce il defunto, allora non è più una battuta, ma semplicemente cattivo gusto[17]. Quando il cattivo gusto è condiviso con centinaia di migliaia di persone, dunque, si trasforma in cattiva opinione, e talvolta persino in cattivo piano d'azione.

A un livello diverso, l'affermazione di Dieudonné è irresponsabile non solo verso la pragmatica del contesto, ma anche verso il genere stesso al quale pretende riferirsi. Il riso è una questione seria, come dimostrano sia la storia della filosofia che la semiotica[18]. Colui che è in grado di far ridere è capace di conferire un raro piacere estetico e persino fisico, le cui

17. Per un'analisi più dettagliata del ruolo dell'humour, dell'ironia, e del sarcasmo nel panorama socio–politico contemporaneo, si veda Leone 2014. Si vedano anche Leone 2012 e 2015.

18. La letteratura sull'argomento è molto vasta. Un ovvio riferimento è Eco 1985.

regole di creazione sfuggono a ogni produzione standardizzata. Esistono naturalmente tecniche per provocare il riso, ma i grandi comici sono pur sempre correttamente considerati come persone di talento o persino di genio, perché possono toccare gli altri in un modo potente e tuttavia misterioso. Da questo punto di vista, la comicità è un dono, e come tale dovrebbe essere coltivato. Quando un comico di successo traspone questo dono dall'arena dell'intrattenimento a quella politica, abusando del riso come di un alibi per veicolare le posizioni più controverse, allora il comico sta implicitamente tradendo il patto di genere che lega l'artista e lo spettatore, le battute del primo e la risata del secondo. Un comico che, esibendosi nel suo teatro, usa l'humour, l'ironia, il sarcasmo, e il riso per rivelare con arguzia gli squilibri dell'esistenza umana è una cosa; un comico che, avendo ottenuto per mezzo della sua abilità il consenso di milioni, abusa dell'humour, dell'ironia, del sarcasmo e del riso per accanirsi sulle vittime del potere è un'altra cosa. Questa è l'irresponsabilità principale di Dieudonné: incitando i cittadini suoi seguaci a scherzare sulla tragedia di Charlie Hebdo e a schierarsi al fianco dei suoi perpetratori, egli li incoraggia a ridere delle vittime inermi, non dei loro assassini armati.

3.8. Complotto

Fin qui, si sono analizzati tre pattern di formazione dell'opinione nella semiosfera: differenziazione attraverso negazione; differenziazione attraverso comparazione relativizzante; leadership di opinione attraverso il sarcasmo. Il quarto e ultimo pattern che questo capitolo analizzerà è quello delle teorie del complotto. Mentre il primo pattern dice "Io non sono Charlie Hebdo"; il secondo "Io non sono Charlie Hebdo, sono X"; e il terzo "Io sono l'assassino di Charlie Hebdo"; il quarto pattern esplicitamente afferma: "Charlie Hebdo non esiste". Ore appena dopo i brutali attacchi di Parigi, affermazioni di questo genere hanno cominciato a proliferare nei *social networks*. Esse assumevano spesso una forma elaborata, professionale o semi–professionale, ambendo a "sbugiardare" la bufala "Charlie Hebdo". Attirando l'attenzione su dettagli nella dinamica degli eventi, e specialmente attraverso (pseudo) analisi delle molte immagini e dei molti video che li rappresentavano, queste teorie ottenevano differenziazione e, di conseguenza, valore nell'insinuare che non vi fosse alcun attacco ter-

roristico e che, invece, gli assassinii fossero stati messi in scena da alcune forze segrete e spesso non specificate[19].

Perlomeno all'inizio, molte delle teorie del complotto che circolavano non proponevano un'identità per queste agentività alternative ma si limitavano a negare l'ipotesi *mainstream* su chi fossero i perpetratori. Più tardi, le stesse teorie del complotto hanno cercato di designare i reali istigatori degli assassinii, spesso indicando i "soliti sospetti" (Israele, ecc.). Per esempio, solo poche ore dopo gli attacchi, Carlo Sibilia[20] — membro del Parlamento Italiano eletto con il Movimento Cinque Stelle — dichiarava come fosse "incredibile che a #CharlieHebdo sia rimasto ucciso l'economista Maris che denunciava irregolarità su emissione moneta", riferendosi alla tragica morte dell'economista francese Bernard Maris[21] durante gli attacchi terroristici contro Charlie Hebdo. L'ambigua frase stava insinuando ("è incredibile") che gli attacchi non fossero stati perpetrati da terroristi jihadisti, ma piuttosto orchestrati da oscure potenze, il cui unico scopo sarebbe stato quello di tacitare un economista ostile. L'assurdità della teoria era evidente, al punto che il blog di Sibilia si è presto riempito di commenti sarcastici su come, al contrario, tutte le altre vittime di Charlie Hebdo fossero state assassinate "credibilmente". Tuttavia, è importante sottolineare che qui la solidità epistemica delle teorie del complotto non è l'unica posta in gioco. L'episodio infatti rivela che vi è un pubblico per questo genere di interpretazioni surreali, e che i leader di opinione si possono distinguere e acquisire valore appoggiandole esplicitamente o implicitamente.

La serie di mezzi retorici che le teorie del complotto dispiegano spesso include le immagini. Rosario Marcianò, uno dei sostenitori più attivi delle teorie del complotto sulle scie chimiche in Italia, anch'egli vicino al movimento Cinque Stelle di Beppe Grillo[22], subito dopo gli assassinii ha cominciato ad "analizzare" le fotografie e i video degli eventi, giungendo alla conclusione che si tratterebbe di una messa in scena, e che il video del brutale assassinio dell'agente di polizia Ahmed Merabet durante gli attacchi sarebbe in effetti una bufala con un attore. Questa teoria del complotto e le sue analisi visive

19. La bibliografia sulle teorie del complotto è molto estesa; per una rassegna, Leone (2016) *Complotto / Conspiracy*; per una prospettiva semiotica, Leone (2016) *Double*. Sulla retorica visiva delle teorie del complotto, Leone (2016) *Scherzo*.

20. Avellino, 7 febbraio 1986.

21. Tolosa, Francia, 23 settembre 1946 — Parigi, 7 gennaio 2015.

22. Genova, 21 luglio 1948.

sono chiaramente un caso di falsa rivelazione; non solo attirano l'attenzione su assurdi "segni" nelle immagini e nei video, ma soprattutto falliscono nel proporre una ricostruzione coerente della realtà: se Ahmed Merabet non è morto, chi sono i parenti che piangono al suo funerale? Sono anch'essi tutti attori prezzolati? Di nuovo, però, la solidità epistemica e la sofisticatezza retorica di queste teorie del complotto non è il punto principale. Ciò che più importa, in maniera allarmante, è che vi sia una minoranza consistente la quale è pronta ad appoggiare e divulgare queste interpretazioni nel labirinto dei *social networks*. In altre parole, per molti individui contemporanei, il desiderio di un'identità più marcata, da creare attraverso l'appoggio a rappresentazioni non–*mainstream* della realtà, è più forte dell'empatia umana. Mentre i parenti di Ahmed Merabet stanno ancora piangendo attorno alla sua bara, anonimi commentatori esperiscono il brivido esistenziale del negare la veridicità di questa morte. Tale è il motivo per cui i leader di opinione che fanno circolare questo genere di teorie del complotto al fine di assicurarsi seguaci e status sono tanto irresponsabili quanto quelli che, come Dieudonné, si schierano con gli assassini. Mentre quest'ultimo ride delle vittime e promuove una vicinanza emotiva con i terroristi, i primi spogliano le vittime del loro ruolo, trasformandole in comparse di un brutto film di spionaggio.

3.9. Il quadrato semiotico della formazione rituale dell'opinione pubblica

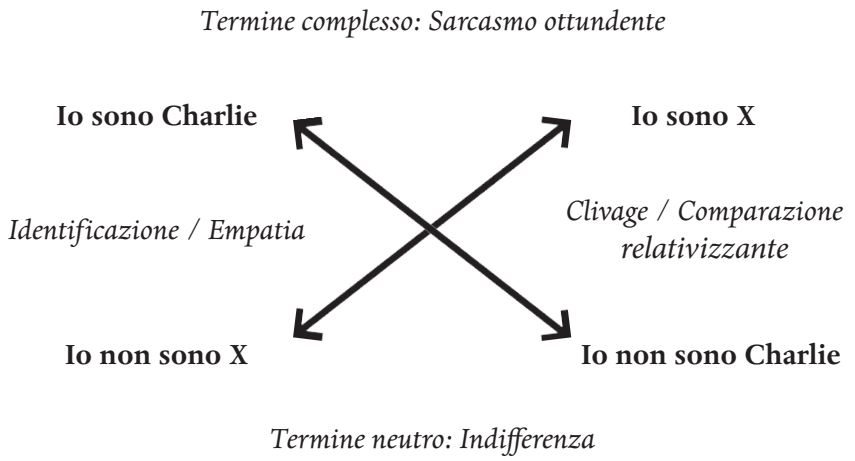

Figura 3.5. Il quadrato semiotico della formazione rituale delle opinioni.

I quattro pattern di formazione dell'opinione identificati e analizzati fino a qui possono essere visualmente inter–definiti attraverso un semplice diagramma, il cosiddetto "quadrato semiotico" di Greimas. Da un punto di vista tecnico, applicare questo strumento di analisi micro–testuale al macro–livello della formazione sociale delle opinioni non è operazione priva di rischi e incertezze metodologici (Leone 2012), benché sia stata già effettuata molte volte da parte della socio–semiotica, dell'etno–semiotica, ecc. Bisogna tuttavia sottolineare una differenza nella presente applicazione. Il quadrato semiotico sarà qui utilizzato più sintatticamente che semanticamente, al fine di mostrare come il discorso sociale crei valore senza attribuire particolare importanza al contenuto di esso. Nei termini di Hjelmslev (1943), il diagramma fornirà un modello della forma dei pattern di opinione, non della loro sostanza. Dietro questa scelta metodologicamente non convenzionale (il quadrato semiotico solitamente si usa per articolare sememi, ovvero i pattern e le traiettorie semantici in un testo) sussiste un'ipotesi provocatoria: il discorso nella società contemporanea è più rituale che comunicazione; mira a creare, distruggere, rafforzare o indebolire posizioni di valore in quanto luoghi vuoti, indipendentemente dal contenuto effettivo che essi contengono. È però esattamente questa dimensione rituale del discorso sociale che i leader di opinione nei nuovi media e specialmente nei *social networks* possono facilmente manipolare e volgere a proprio favore.

Combinando l'idea lotmaniana di semiosfera e la concezione greimasiana di differenziazione semantica, la semiosfera stessa può essere immaginata come composta e ricomposta da testi che muovono lungo tutte le traiettorie del quadrato semiotico al fine di ottenere centralità e, perciò, status semiotico e potere. Ciò implica l'abilità di modellare e rimodellare tutti i segni, i testi, e i frammenti di discorso che circolano nella semiosfera. In parole più semplici, le posizioni di valore cercano di divenire il pattern principale che modella gli altri contenuti secondo un'assiologia predeterminata. L'espansione di una posizione sintattica di valore perciò coincide con la diffusione di un'ideologia.

Come sanno i semiotici greimasiani, una relazione di contraddizione sottende il primo e più semplice movimento di differenziazione nel quadrato semiotico: A viene negato in non–A. Questa relazione di contraddizione corrisponde al pattern di formazione dell'opinione identificato sopra come "clivage". Io mi differenzio da te semplicemente negando il tuo

contenuto. Tu dici "Io sono Charlie Hebdo", io dico "io non sono Charlie Hebdo". Il secondo movimento nel quadrato semiotico non manifesta una relazione di contraddizione ma una di contrarietà. In questo caso, io mi differenzio dal mio interlocutore non soltanto negandone la posizione, ma qualificando la mia come alternativa. Non acquisisco semplicemente una posizione rituale di valore nel dire "io non sono Charlie Hebdo", ma dicendo "Io non sono Charlie Hebdo, io sono X". Questo movimento è di certo semanticamente più rilevante del primo, dal momento che propone di "agganciare" una posizione di valore a un contenuto alternativo nella semiosfera. Conserva, tuttavia, la sua natura prevalentemente sintattica in quanto acquisisce senso e status principalmente attraverso una comparazione relativizzante: ciò che conta nell'affermazione che definisce la mia posizione non è che io dichiari la mia identità con X, ma che io la definisca come contraria all'identificazione *mainstream* con Charlie Hebdo. La terza traiettoria che caratteristicamente produce e visualizza valore nel quadrato semiotico scaturisce da contraddizione al fine di affermare contrarietà: "Non sono Charlie Hebdo, perciò sono X". La natura ideologica di questa implicazione è evidente: sebbene non vi sia necessità di negare la propria identificazione con Charlie Hebdo al fine di "essere" X, l'affermazione implica che chiunque "sia" Charlie Hebdo non può "essere" allo stesso tempo X, e dovrebbe dunque cessare di "essere" Charlie Hebdo al fine di "essere" X. Di nuovo, è ragionevole formulare l'ipotesi che ciò che importa in questa deviazione verso un oggetto alternativo d'identificazione ed empatia sia la deviazione stessa, piuttosto che l'oggetto (Figura 3.5).

E che dire della posizione di valore e del conseguente pattern di formazione dell'opinione creato da affermazioni come quella pronunciata da Dieudonné? Come dovrebbero essere rappresentati nel quadrato semiotico? La frase di Dieudonné "io mi sento Charlie Coulibaly" non nega semplicemente l'identificazione con le vittime, né meramente propone vittime differenti con le quali identificarsi, ma mina l'idea stessa d'identificazione. Il valore di questa posizione rituale non è costruito né attraverso contraddizione ("io non sono Charlie"), né attraverso contrarietà ("io non sono Charlie, io sono X"), ma con l'offuscare e persino sospendere il quadrato semiotico stesso. Da questo punto di vista, l'affermazione di Dieudonné adotta una prospettiva "meta" sul quadrato semiotico dell'empatia verso le vittime, e appoggia una posizione in cui l'empatia stessa è situata in una rete di posizioni sintattiche alternative. Fra queste posizioni, l'af-

fermazione di Dieudonné adotta chiaramente quella della "complessità", vale a dire, la posizione di valore manifestata in un discorso il cui contenuto è "A e B": "Io sono Charlie, ma sono anche i suoi assassini". L'adozione di questa posizione sintattica a un livello "meta" scardina la categoria semantica dell'empatia e la trasforma in un genere differente: il sarcasmo (Haiman 1998; Rockwell 2006). L'affermazione può essere letta come un commento d'amara ironia, il quale sminuisce le posizioni e i pattern di formazione dell'opinione di cui sopra. È come se Dieudonné e i suoi seguaci stessero dicendo: il problema non è di scegliere le vittime con le quali solidarizzare; il problema è lo statuto stesso di vittima.

Il quadrato semiotico contiene anche una quarta posizione, che è quella che si manifesta in formazioni testuali e discorsive nelle quali non è la complessità di valori a essere affermata (A e B) ma la loro neutralità (non–A e non–B). In relazione al caso di Charlie Hebdo, questa posizione sintattica è anch'essa "meta"; a differenza della posizione di Dieudonné, però, essa è essenzialmente vuota. Non propugna l'offuscamento della distinzione fra Charlie Hebdo e i suoi assassini (A e B), ma indifferenza. Questa è la posizione di coloro che assonnatamente ricevono le notizie su Charlie Hebdo, ascoltano i commenti, parlano degli eventi con amici colleghi e conoscenti, ma sono fondamentalmente impermeabili alla tragedia. Non sentono empatia né verso le vittime né verso gli assassini; neppure negano questa empatia e nemmeno propongono un oggetto alternativo di compassione. Essi si limitano a vivere la loro esistenza di routine, anestetizzati da indifferenza o trauma.

L'aspetto più interessante del quadrato semiotico non è la sua capacità di visualizzare staticamente le relazioni di valore, ma la sua abilità di renderne la dinamica, trasformandosi così in un campo di tensioni. È infatti fondamentale sottolineare che questi pattern di formazione dell'opinione non sono cristallizzati in una semiosfera immobile, ma fluttuano costantemente sotto la pressione di strategie retoriche corrispondenti. Una retorica d'identificazione di successo, per esempio, convincerà un numero crescente di membri della società che essi devono dichiarare la propria solidarietà con le vittime senza eccezioni; di converso, la proliferazione di *clivage* e comparazioni relativizzanti farà deflettere i segni e i testi dall'identificazione verso la non–identificazione, o verso identificazioni alternative. Infine, i due pattern meta–retorici del sarcasmo (complessità dei valori) e dell'indifferenza (neutralità dei valori) di fatto incoraggeranno

la semiosfera a espellere la posizione stessa dell'empatia e dell'identificazione.

3.10. Ideologie sintattiche

Anche i semiotici possono restare indifferenti, osservando freddamente queste fluttuazioni di pattern come se fossero le stelle di una galassia lontana. Tuttavia, due considerazioni dovrebbero perlomeno increspare la superficie di tale imperturbabilità. La prima può sembrare moralistica se non viene articolata in modo formalmente accettabile. Attribuire una qualsiasi preferenza alle posizioni sopra descritte, infatti, significa perorare un'assiologia nella semiosfera, e perciò stesso abbracciare un'ideologia. Dalla prospettiva impassibile dello studioso, non vi è alcuna ragione formale per cui solidarizzare con le vittime del terrore debba essere un'ideologia più lodevole dello sponsorizzare pattern alternativi di formazione dell'opinione. Questo è un problema morale, non uno strettamente semiotico. Tuttavia, come è stato suggerito in precedenza, la semiotica non può ignorare che una responsabilità specifica, non solo in termini morali, ma anche e soprattutto in termini pragmatici, è attribuita a opinioni e interpretazioni che fluttuano nella semiosfera. La semiotica non deve appoggiare questa o quella opinione, ma deve assolutamente evidenziare le asimmetrie della semiosfera, le quali si traducono in squilibri nella forza pragmatica di posizioni e affermazioni. Come si è indicato in relazione all'affaire Dieudonné, le affermazioni detengono una responsabilità pragmatica differente in relazione al punto di vista dal quale esse sono fatte circolare nella semiosfera. Generi discorsivi diversi richiedono una cura corrispondente nella manipolazione della retorica e nella conseguente formazione dell'opinione. Noi non richiediamo la stessa accortezza interpretativa al giudice e al commentatore sportivo, così come non esigiamo la stessa accortezza interpretativa dal commentatore sportivo da bar e dal famoso opinionista sportivo in televisione. La semiosfera modella il senso asimmetricamente, e la responsabilità pragmatica è, in termini semiotici, consapevolezza della propria posizione nella semiosfera e attenzione corrispondente nel creare o ri–creare senso.

La seconda considerazione si dispiega a un livello "meta" e potrebbe sembrare più astratta. È di fatto più preoccupante. Le semiosfere possono

essere differenziate non solo in relazione alle assiologie cui permettono di prevalere attraverso la posizione detenuta da formazioni segniche, testuali, e discorsive di modellizzazione egemonica, ma anche in base alla distinzione fra ideologie sintattiche e semantiche. Come è stato suggerito dall'inizio di questo capitolo, vi è qualcosa d'inquietantemente automatico nel modo in cui pattern di opinioni prendono forma nella semiosfera contemporanea, e specialmente nei *social networks*. L'osservatore semiotico ha l'impressione che le relazioni di contraddizione, contrarietà, complessità e neutralità vengano dispiegate non con reale convinzione semantica, ma in una sorta di rituale, dove ciò che è in gioco, per esempio, non è negare l'identificazione con Charlie Hebdo, proporre un'identificazione alternativa con X, situare sarcasticamente Charlie Hebdo e i suoi assassini sullo stesso piano morale, o manifestare indifferenza; ciò che conta, al contrario, sono precisamente queste mosse sintattiche: contraddizione, contrarietà, complessità, e neutralità. In altre parole, ciò che importa ai membri della semiosfera virtuale è di creare narcisisticamente una posizione attraverso queste mosse, non i contenuti semantici specifici che queste mosse fanno circolare. La prevalenza di tale, vuoto scheletro sintattico di pattern di differenziazione sugli effettivi contenuti semantici che essi strutturano attribuisce una certa fredda, inumana ritualità alla formazione dell'opinione pubblica. I leader di opinione agiscono come provetti sacerdoti di questo gioco sintattico, tirandone i fili senza alcun reale interesse verso il loro cuore semantico[23].

Si tratta semplicemente di un'impressione soggettiva, dovuta a un pregiudizio assiologico? Potrebbe darsi che l'attribuire un'etiologia narcisistica a opinioni differenti sia meramente il prodotto delle presupposizioni ideologiche di un osservatore incline ad abbracciare la causa del "consenso occidentale", dimentico di voci alternative che, nel mondo, criticano questa linea politica *mainstream*, così come, nei casi più estremi, la "finzione" della stessa democrazia e la sua supposta natura arabofobica/islamofobica

23. È necessario sottolineare, tuttavia, che il modello di pattern proposto nella presente relazione mappa la formazione di opinioni nei *social networks*, e soprattutto in risposta a eventi altamente drammatici. Altri pattern (fortunatamente) continuano a sussistere sia online che *off-line*. Tuttavia, poiché la formazione di opinioni nei *social networks* diviene sempre più centrale nel mondo contemporaneo, e giacché l'*agenda setting* di questa formazione è sempre più plasmata attorno a eventi drammatici — in certi casi ricevendo persino una legittimazione politica —, questo modello potrebbe diventare presto essenziale ed efficace nel cartografare molti dei cortocircuiti e dei paradossi dell'odierna creazione della semiosfera politica.

nel contesto francese. Si può tuttavia argomentare che vi siano almeno tre elementi oggettivi ai quali fare riferimento al fine di dimostrare che queste accuse di narcisismo non risultano semplicemente dai pregiudizi assiologici dell'analista semiotico ma di fatto si rivolgono a caratteristiche intrinseche degli attuali pattern di formazione dell'opinione nei *social networks*: (1) la maggior parte di questi pattern non danno luogo ad alcun tentativo d'influenzare la formazione delle opinioni al di fuori dei *social networks*; coloro che hanno aderito incondizionatamente allo slogan "Je suis Charlie" hanno poi riempito le strade di Parigi; gli obiettori, al contrario, sono rimasti una comunità virtuale sparpagliata, senza alcuna visibile manifestazione *off–line* e senza alcun visibile progetto politico (a meno che il terrorismo non sia considerato un progetto politico, ma se ne discuterà al punto 3); (2) gli agenti nei *social network* che hanno obiettato al consenso "Je suis Charlie" sono riapparsi ricorrentemente, prima e dopo, al fine di manifestare più e più volte le stesse obiezioni a proposito delle questioni più disparate; (3) si potrebbe sostenere che lo stesso terrorismo sia un modo di esprimere la propria opinione, e che l'appoggio agli atti terroristici sia un'opzione praticabile in una democrazia, o perlomeno in una conversazione globale; tuttavia, questo argomento sarebbe paradossale non solo perché implicitamente negherebbe il quadro democratico, ma anche perché intrinsecamente annienterebbe il quadro semiotico; equiparare terrorismo e comunicazione, infatti, implicitamente appoggia un punto di vista non semiotico sull'umanità (da una prospettiva peirciana, si potrebbe affermare che gli atti terroristici sono diadici più che triadici, in quanto cercano di cambiare il mondo senza ricorso al linguaggio; io non ti persuado a non blasfemare il mio dio, io ti uccido).

Di nuovo, i semiotici potrebbero osservare con freddo sguardo analitico questa ipertrofia del livello dell'ideologia sintattica a detrimento di quello dell'ideologia semantica. Allo stesso tempo, essi non dovrebbero sottovalutare i rischi che questa ipertrofia comporta. Vivere, pensare, e produrre senso in una semiosfera ove prevalga un'ideologia sintattica significa esistere in un universo in cui la responsabilità pragmatica non ha più peso, giacché di fatto ogni opinione non è più un'opinione semantica, da ventesimo secolo, collegata a un corpo, a una comunità, a un genere, a una griglia e a uno stile d'interpretazione, ma una posizione sintattica all'interno di un gioco, nel quale le idee si oppongono le une alle altre in vario modo ma sembrano aver perso la loro serietà. La proliferazione

dell'ideologia sintattica e la sua crescente centralità nella semiosfera contemporanea implica il rischio di dar luogo a una sorta di "società dei *troll*", nella quale ciò che importa non è di definire o ridefinire le relazioni sociali attraverso intercambio di senso, ma il semplice brivido che scaturisce da differenze inconseguenti, dalla creazione e dalla permanenza di eco–camere. Rivelare le ricadute inumane di una società di *troll* è uno dei compiti più urgenti della semiotica contemporanea.

Capitolo IV

De scurris: il discorso del comico[1]

Vegano, infame, per te solo salame!

(Graffito sulla porta di una toilette,
Università di Torino)

4.1. Il significante del riso

Il dominio del sorriso e della risata si estende almeno tanto quanto quello della semiotica. Tutto ciò che può significare, e che pertanto può divenire oggetto di studio di questa disciplina, può diventare anche motivo per sorridere, o per ridere. A ben vedere, vi può essere risata senza l'intervento di ciò che Peirce avrebbe chiamato interpretante, e senza la terzità che ne deriva. Difatti il solletico provoca in molti una reazione corporea spontanea e incontrollabile che è assai simile, in molti dei suoi aspetti esteriori come anche nella sua interiorità, al ridere a crepapelle. Da un lato, il solletico ricorda al semiologo l'intreccio di natura e cultura che sottostà al ridere. Dall'altro lato, quest'intreccio indica che non tutto nel solletico è naturale: vi si può essere più o meno inclini per sensibilità individuale ma anche collettiva; fino a un certo punto se ne possono controllare l'insorgere e gli effetti; e poi soprattutto, in molte circostanze, per esempio coi bambini, il solletico si accompagna spesso a una curiosa verbalizzazione, di solito un disillabo ripetuto ritmicamente, che funziona come una sorta di onomatopea fonosimbolica. In molte lingue, è con la "i" che si vocalizza il solletico, sebbene preceduta da consonanti diverse, come se il carattere puntuto della sonorità di questa vocale mimasse e insieme producesse per efficacia simbolica l'effetto di tante dita appuntite scatenate nel provocare

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del XLVI Congresso dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici, Palermo, Università di Palermo, 30 novembre – 2 dicembre 2018; ringrazio gli organizzatori per l'opportunità; questa prima versione è stata poi pubblicata come Leone (2019) *Semiotica*.

il formicolio ilare del solletico. Sarebbe difficile solleticare qualcuno accompagnandone i gesti con un disillabo basato su vocali aperte.

Sussiste un significante del ridere. Esso si configura in primis nel corpo, coinvolgendolo dal minimo di un lieve inarcarsi delle sopracciglia fino alle convulsioni irrefrenabili di chi ride a crepapelle, una bella espressione italiana che ha un equivalente imperfetto in molte altre lingue, dal "craquer" francese fino al "laughing one's head off" dell'inglese, e che suggerisce l'incontenibilità di certe risate, l'esiguità del corpo nel far loro da involucro e insieme da significante. Il gradiente di coinvolgimento del corpo nel ridere, misurabile in base a quali parti di esso, con che morfologia, e con quale intensità si modificano nel ridere, si traspone poi in diversi sistemi modellizzanti. La lingua ne segmenta la progressione con una certa grossolanità, identificando, per esempio in italiano, un sorriso appena abbozzato o accennato, un lieve sorriso, un sorrisetto o sorrisino, un sorriso, un sorriso aperto e luminoso, e poi non appena la voce interviene a segnalare un soffio interiore del sorridere esso subito si tramuta in riso, che nel suo farsi iterativo diventa risata e, se ne aumenta l'intensità, diviene sonora risata, fino alla risata irrefrenabile, incontenibile, persino isterica, la quale nella sua versione censurata e soffocata formicola sotto pelle come ridarella, ma che poi esplode appunto nel ridere a crepapelle, ove il demone del riso s'impossessa del corpo e quasi lo dilania, quasi ne fa strumento di un imperativo comico inarrestabile, di una sorta di trascendenza ilare.

Altri sistemi significanti traspongono questa escalation corporea; la pittura la traduce meno ordinatamente della lingua, ma con più finezza. Certi sorrisi dipinti, infatti, colgono ciò che le lingue spesso trascurano, vale a dire l'aspettualità del ridere, la qualità del suo tempo. Molti dei sorrisi enigmatici dell'arte, forse anche quello della Gioconda, devono il mistero affascinante della loro ambiguità al fatto di rappresentare, attraverso un sublime arrangiamento di tratti plastici, un momento cruciale del ridere, quello in cui il sorriso perde la sua intenzionalità.

4.2. L'intenzionalità del riso

Anche questa intenzionalità può essere disposta lungo un gradiente, cui corrispondono diverse possibilità di finzione. Molte cose ci fanno sorri-

dere spontaneamente, però in molti casi sorridiamo volontariamente, modificando intenzionalmente i tratti del viso affinché si atteggino in un sorriso. Più l'intensità del ridere aumenta, tuttavia, e più è difficile, e pertanto grottesco, manifestarne intenzionalmente gli effetti. Si può fingere un sorriso di contentezza all'incontrare un collega durante un congresso, ma più difficilmente si può simulare di ridere a crepapelle a una delle sue battute. Per farlo, bisogna essere degli attori, ovvero avere un controllo delle significazioni del corpo che è professionalmente superiore a quello standard. Ancora più difficile è fingere di essere "ticklish", bella parola inglese che in italiano può solo tradursi con una parafrasi, o con il maccheronico "solleticoso", e che indica, appunto, la propensione a perdere il controllo del proprio corpo se questo viene solleticato.

Quanto più l'intenzionalità del sorridere sfuma nella spontaneità del ridere, fino alla convulsività del ridere a crepapelle o del solletico, tanto più risulta difficile simularne gli effetti. Ciò avviene perché più aumenta l'intensità della significazione corporea del ridere, più ne decresce la soggettività. Quando abbozziamo un sorriso all'incrociare lo sguardo di un collega, siamo noi a farlo, sebbene ispirati da tutta una storia e una cultura delle buone maniere. Potremmo però anche non farlo, indossando una maschera d'albagia, oppure farlo senza che questa maschera appena sorridente corrisponda veracemente a un'intenzionalità benevola. Quando cominciamo a ridere, tuttavia, iniziamo contestualmente a non essere più noi a farlo; qualcosa d'incontrollabile s'impossessa del nostro corpo, e prende il sopravvento assoluto nella risata a crepapelle, tanto è vero che a volte i suoi effetti sono così dirompenti da essere dolorosi, e senza che nondimeno noi possiamo per questo arrestarli intenzionalmente; nel solletico, poi, di fatto diveniamo corpo alla mercé di un'intenzionalità altra, che ci fa ridere anche nostro malgrado, tanto è vero che il solletico può volgersi persino in pratica di tortura.

Se nel sorriso è perlopiù il soggetto a sorridere attraverso il suo corpo, nella risata è la cultura di una società che ride attraverso il corpo di un soggetto, mentre nel solletico non si agita né il soggetto né la cultura ma l'animale che è in noi. Nel solletico ride in noi la natura della nostra specie.

Questa distribuzione d'intenzionalità configura altrettante possibilità di studio del sorridere e del ridere, le quali investighino ciò di cui sono significanti queste progressive alterazioni del corpo. Dietro un sorriso intenzionale c'è una cultura del sorriso, c'è una psicologia sociale, ma c'è

soprattutto una psicologia individuale, un rispondere soggettivo dell'intenzionalità corporea all'ambiente. All'altro capo dello spettro, dietro il solletico vi è un riflesso neurofisiologico, il lascito di un'evoluzione biologica. Cultura e natura s'insinuano nel soggetto nel primo caso, ma questi resta comunque predominante nel gestire una scena d'ilarità. Allo stesso modo, e simmetricamente, soggettività e cultura influiscono sul soggetto solleticato, ma la neurofisiologia del solletico vi resta preponderante, o perlomeno determinante.

4.3. *Langue* e *parole* del riso

A metà strada fra questi due estremi, tuttavia, si apre una vasta area di potenzialità, in cui ciò che si coglie in un sorriso e ancor di più in una risata non è né una psicologia individuale né la biologia di una specie bensì una cultura del ridere, ciò di cui, a seguito di particolari rivolgimenti storici e assetti sociali, una comunità si trova a ridere, una *langue* della risata che fluisce al di sopra delle soggettività dei ridenti pur alimentandola e alimentandosene di continuo, e che insieme scorre al di sotto della biologia del riso, pur determinandola ed essendone determinata. È proprio questa *langue* del sorridere e del ridere che costituisce l'oggetto centrale di una semiotica dell'ilarità. Essa deve comprendere, da un lato, come le risate individuali, queste *paroles* dell'ilarità, sorgano e si manifestino in relazione a una cultura del ridere condivisa; dall'altro lato, essa deve analizzare come segni, discorsi e testi sfruttino questa stessa *langue* per indurre risposte ilari all'interno di una comunità di ridenti.

Si tratta di uno studio prettamente sociosemiotico, sul cui sfondo però permane una questione insieme antropologica e filosofica. Quando una società si trova a ridere di qualcosa, strutturando la propria semiosfera secondo una *langue* ilare che spinge gli individui e i corpi a ridere di certe situazioni e non di altre, e che insieme muove gli artigiani del ridere a costruire dei simulacri di queste situazioni proprio per suscitare il riso, per quale motivo, in ultima istanza, questo avviene? Qui la domanda non riguarda semplicemente ciò di cui una comunità ride, ma le cause e i fini per cui ne rida, ovvero, rovesciando l'interrogativo, quelli per cui non ne rida. Rispondere a questa domanda è stato e continua a essere uno dei rovelli maggiori della storia della filosofia.

Non è questa la sede per riprendere la questione. Tuttavia si può forse almeno suggerire che, per rispondere, sia necessario riferirsi al fatto che le *langues* del ridere fanno sì che, di fronte a certe situazioni, gli individui siano di fatto spogliati delle loro intenzionalità soggettive e individuali e diventino invece corpi in cui è la *langue* stessa a ridere, e ad affermarsi attraverso le risate individuali che in base ad essa emergono. I motivi sociali del ridere possono allora essere diversi, ma il meccanismo antropologico della risata pare invece accomunarli: ogni volta che qualcuno suo malgrado ride, la *langue* ilare della sua comunità perviene a controllarne il corpo, distaccandolo, sia pure per il breve lasso di una risata, dal suo ancoraggio con un'intenzionalità soggettiva, per trasportare invece quest'ultima in una dimensione altra, in una sfera in cui l'individuo non si confronta più con la percezione di un ambiente, ma con quella di una sua versione potenziale e più euforica, con un mondo possibile che fa ridere perché, attraverso di esso, una cultura del ridere indica la configurazione ideale dei suoi valori, e in definitiva quale corso l'ontologia del mondo dovrebbe imboccare affinché nella sua perfezione ogni possibilità d'ilarità vi sia di fatto eliminata. Quando ridiamo dell'uomo che scivola su una buccia di banana, la cultura che ride in noi e attraverso di noi afferma implicitamente il suo senso dell'ordine, ovvero cosa dovrebbe succedere all'ontologia del mondo affinché non si diano più incidenti, e dunque occasioni d'ilarità. Quando una cultura ride in noi, spesso ride di ciò che considera i suoi incidenti, ovvero le increspature incontrollabili che sorgono nella semiosi sociale e ne sfidano gli assetti regolari. Più una società marginalizza ogni occasione d'imprevisto, e meno ride, perché il riso è una risposta ideale alla consustanziale imperfezione del senso.

4.4. Ridere del cibo

Si ride anche del cibo. Così da controbilanciare la prima parte del capitolo, filosofica, la seconda sarà aneddotica e tipologica. Pare non esistano cibi propriamente esilaranti, che cioè provochino automaticamente il riso con la loro stessa ingestione, alla stregua dei gas esilaranti. Esistono cibi e soprattutto bevande euforizzanti, ma il loro effetto non è necessariamente la risata. Si danno anche cibi naturalmente solleticanti, per esempio quelli allappanti come i cachi acerbi o frizzanti come le bevande gassate, i quali

effettivamente solleticano il palato. Ma esistono anche cibi artificialmente solleticanti. Una pubblicità ormai celebre del 1982 diceva della "Golia Bianca" che "galvanizza l'ugola, titilla la papilla, sfrizzola il velo pendulo". In Iran si consumano cioccolatini che al primo morso sprigionano una sostanza simile all'idrolitina, la quale provoca una sensazione di effervescenza al centro della testa; l'effetto è spesso esilarante, specialmente se inaspettato; per gli italiani, poi, la marca reca il nome involontariamente comico di "Merdas".

Il cibo può essere preparato in modo da invitare al sorriso. Esso deve allora comportare uno scarto dalla norma. A Berlino si preparano torte nuziali sado–maso, oppure torte in cui le classiche statuine degli sposi in cima alla dolce torretta sono sostituite da pupazzetti che si accoltellano vicendevolmente. Lo scarto può riguardare anche la preparazione, la consumazione, o la commensalità, e rappresentare anche una critica sarcastica alla gastronomia vigente e ai suoi connotati semio–politici, come è evidente nel famoso pasto del *Fantasma della libertà* di Buñuel (1974).

Per le ragioni filosofiche che si sono già addotte, lo scarto dalla norma produce il sorriso quando è intenzionale, dando luogo a un cibo essenzialmente ironico, però la vera risata si produce quando la preparazione o il consumo di cibo sono involontariamente fuori norma. Nella vita reale così come nei programmi televisivi dedicati al cibo, il cuoco maldestro suscita un'ilarità simile a quella di Chaplin, perché sorretta dalla stessa dinamica fenomenologica: ridendo del cuoco improvvisato che affetta in malo modo una patata o piange oltre misura nel tritare una cipolla, implicitamente si aderisce a un ideale ontologico in cui l'incidente è escluso o regolato da un saper fare. Questa comicità involontaria può riguardare anche la consumazione e la commensalità, tanto è vero che fanno ridere i bambini che s'impiastricciano quando mangiano il cioccolato, ma anche gli stranieri in Italia quando ordinano un cappuccino a fine pasto o cospargono abbondante parmigiano grattugiato sugli spaghetti con le cozze. Vi sono poi usi per così dire non funzionali del cibo che pure intendono suscitare ilarità, o che la provocano involontariamente. La torta in faccia ne è un esempio lampante. In essa, la ritualità globalmente codificata del compleanno viene istantaneamente sovvertita attraverso un gesto che incorpora la violenza dello schiaffo inaspettato ma la sublima nell'ironia del dolciume improvvisamente spalmato sul volto del malcapitato, di fatto trasformandosi in una maschera in cui si fondono il volto della vittima e

lo strumento dell'aggressione. La puntualità dell'atto si prolunga nell'aspettualità durativa dei frammenti cremosi e pannosi di pan di spagna che pendono dal viso del festeggiato, e che vi permangono nonostante gli inani sforzi di ripulitura di quest'ultimo, impiastricciato suo malgrado come un maldestro bambino. Nella torta in faccia, si attribuisce alla vittima un'infantilità involontaria che inevitabilmente frustra ogni pretesa di potere. L'origine dello scherzo è molto antica. Pare che i romani usassero sbriciolare delle tortine dette *mustacea*, probabilmente equivalente ai "mustazzoli" o "mustaccioli" dell'Italia meridionale, sulla testa della sposa durante le nozze. L'antropologia simbolica e le implicazioni di genere non possono esserne approfondite qui, ma si deve sottolineare che, quando il cibo si fa strumento di scherzo, rompe la routine dell'abito gastronomico con l'incidenza di una sorta di micro–rituale, il quale rivela il mondo possibile alternativo dietro alla consuetudine, per esempio il rovesciamento di una gerarchia.

Il cibo interviene poi come stoffa della comicità in numerosissime creazioni testuali. Nell'ambito delle nuove religioni, per esempio, è molto comune, dagli spaghetti con polpette che venerano sardonicamente i pastafariani alla panna montata spray che costituisce uno degli attributi sacri del Dudeismo, dalla mela d'oro con verme d'oro del Discordianesimo sino all'ostrica viola che rappresenta l'anticristo della religione dell'Invisible Unicorno Rosa.

Il cibo può essere fisiologicamente esilarante, come i cioccolatini all'idrolitina, volontariamente ironico, come le cupcakes a forma di piantine grasse, involontariamente ridicolo, come lo zucchero nel caffè, o intenzionalmente scherzoso, come una torta in faccia. In tutte le culture, poi, si schernisce il cibo dell'altro. "Altro" deve essere inteso in maniera ampia: si può ridere del modo in cui mangia una diversa classe sociale, del mignolo ritto degli aristocratici come delle bocche aperte dei popolani; un diverso gruppo etnico o culturale, come ricordano gli effetti disastrosi di una recente campagna pubblicitaria cinese di Dolce & Gabbana; una differente comunità religiosa, spesso con intenti aggressivi o razzisti — per esempio quando la Lega spargeva sangue di maiale sui terreni destinati a edificare moschee — ma si può ridere anche dell'altro per così dire "interno" a una comunità, ovvero di chi, pur essendovi riconosciuto come qualcuno che vi appartiene, se ne estranea per la sua particolare relazione con il cibo. Raramente si ride di un'estraneità involontaria. Per esempio sarebbe certa-

mente di cattivo gusto ridere dell'anoressico, o del diabetico; tuttavia, non appena s'insinua il sospetto che l'estraneità sia in effetti volontaria, allora contestualmente si apre un varco per la comicità; del celiaco, per esempio, si ride o perlomeno si sorride sempre più, proprio perché sempre più si sospetta che non di patologia si tratti ma di moda. Simmetricamente, si può stemperare l'estraneità di una scelta alimentare intenzionale presentandola come involontaria. Ricordo quando, dopo la mia conversione al veganesimo, mia madre faceva la spesa presso i negozi alimentari del Salento, cercando prodotti per un figlio "allergico alla carne, al latte, alle uova, e ai derivati". Si ride del vegano più del celiaco, perché il secondo è visto come un malato, mentre il primo come un volontario bastian contrario alimentare, o tuttalpiù come un malato di mente, il quale tradizionalmente viene schernito di più proprio perché sospettato di un'insania volontaria e dunque colpevole; si ride più del vegano che del kasher, perché il primo non è giustificato come il secondo da una diversa appartenenza etno–religiosa; e si ride anche più del vegano che del vegetariano, perché il primo più del secondo sfida alcuni assetti valoriali profondi della comunità di mangianti e ridenti. Sarebbe interessante, se lo spazio lo permettesse, articolare una tipologia di comicità rivolte all'altro alimentare, e in particolare al veganesimo.

4.5. Ridere del vegano

Vi sono, in primo luogo, i lazzi rivolti al vegano. Familiari, amici e conoscenti si divertiranno a inviargli, per esempio, foto di barbecue pantagruelici, o di bistecche sanguinolente. Lo psicologo, più che il semiologo, dovrebbe interpretare queste celie, ma al secondo interessano comunque in quanto rientrano nel discorso della tentazione. Spesso, infatti, chi punzecchia il vegano in questo modo ritiene di potere o dovere ricondurlo verso il regime alimentare "normale", anche attraverso il fastidio che si suppone gli provochi la vista di animali ridotti a cibaria. La motivazione sadica di tali scherzi non è peraltro da escludere, in quanto in essi si gode a infierire proprio sul punto più delicato della sensibilità altrui. Sbertucciamenti di tal fatta possono poi disporsi lungo uno spettro, dal semplice insinuare che una pietanza vegana contenga in realtà ingredienti d'origine animale,

all'invio di foto con manicaretti sanguinolenti vari, sino al far mangiare al vegano tali ingredienti a tradimento.

Rientrano in una tipologia attigua i lazzi concernenti i supposti (ma sistematicamente falsi dal punto di vista scientifico) effetti dell'alimentazione vegana, dalla flatulenza a seguito di una maggiore ingestione di legumi sino a una paventata perdita di vigore sessuale. "Veganofobia" e omofobia sono spesso intrecciate, a ragione dell'atavico machismo attribuito al consumo di carne e per il noto federarsi dei razzismi contro le minoranze. In questo ambito non mancano le freddure anti–vegane a sfondo sessuale.

In un'altra tipologia ancora si collocano le ironie dei cosiddetti "controllori", ovvero di coloro che, pur cibandosi di ogni tipo di alimento senza inusuali restrizioni etiche o ambientaliste, sono pronti a censurare il vegano che si trovi anche per sbaglio a ingurgitare una briciola di cacio, e a redarguirlo severamente, sia pur per celia, a fronte delle sue supposte debolezze. Analoghi sono i lazzi di coloro che, carnivori, e al di là di ogni ragionevole consapevolezza biologica, accusano i vegani di crudeltà contro i vegetali.

Infine, solo per citare un'altra tipologia ma senza in realtà poter esaurirne la svariata casistica, vi sono anche molti esempi di auto–ironia, di auto–umorismo, e persino comici professionisti che, vegani, propongono un discorso comico su sé stessi, in modo analogo a quanto accade con il comico afroamericano che ironizza sui neri, o del comico ebreo sugli ebrei (primo fra tutti Woody Allen).

La casistica potrebbe arricchirsi molto. Per quanto riguarda questo capitolo basti concludere che, quando ridiamo del vegano, non siamo solo noi a ridere, ma una *langue* sia dell'alimentazione che del comico la quale, a fronte di un'ontologia ideale del cibo e della commensalità, intravede mondi possibili alternativi e li corregge, a volte con violenza, a suon di risate.

Capitolo V

De ioculatoribus: il discorso del *troll*[1]

> Discutir com esse governo é o mesmo que jogar xadrez com um pombo. Ele sapateia no tabuleiro, desarranja todas as peças e sai com o peito estufado, proclamando vitória.
>
> (Modo di dire brasiliano)

5.1. L'arte del *trolling*

Il fenomeno del *trolling*, relativamente nuovo, è stato spesso studiato dal punto di vista della sua ricezione, cioè dalla prospettiva delle sue vittime o "testimoni".[2] Una tipica mossa semiotica consiste nel capovolgere la dire-

1. Una prima versione di questo saggio è stata presentata in inglese in occasione del convegno "Morphogenesis and Virality of Right Wing Body of Thought in Germany, Italy, and France", 17–18 gennaio 2017, Università di Potsdam, Germania (co–organizzato da CIRCE, Università di Torino), con la direzione dell'autore e della Prof.sa Eva Kimminich, che ringrazio per la collaborazione; una versione accresciuta è stata poi presentata a Tübingen nell'ambito della Scuola Estiva "Conspiracy Theory: History and Culture", Università di Tübingen, 31 luglio – 6 agosto 2017; anche in tal caso, ringrazio gli organizzatori e in particolare il Prof. Michael Butter; tale versione è stata pubblicata come Leone (2018) *The Art*; una versione in italiano è stata poi presentata durante il XXV Congresso dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, "Linguaggio ed Emozioni", Cagliari, Università di Cagliari, 23–25 gennaio 2019, di cui ringrazio gli organizzatori, ed è di prossima pubblicazione negli atti del Congresso, in un numero speciale della *Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio*. Sul trolling ho poi continuato a lavorare e presentare nuove ricerche durante il mio soggiorno come Senior Visiting Fellow presso il PIAST, l'Istituto Polacco di Studi Avanzati, a Varsavia, nell'autunno–inverno 2019; ringrazio quest'ultima istituzione e il suo Direttore, Prof. Przemysław Urbańczyk.

2. Bond (1999) è uno studio preliminare sulle implicazioni legali del *trolling*; Revillard (2000) offre spunti dal punto di vista della sociologia dell'interazione; Hardaker 2010 si riferisce al campo degli "studi sulla scortesia [*impoliteness studies*]" ma cerca di proporre una definizione alternativa di *trolling*; sulla relazione tra *troll* e violenza, si veda Shachaf e Noriko (2010); Walter, Hourizi, Moncur e Pitsillides (2011) analizzano la relazione morbosa tra morte e *trolling*; Herring, Job–Sluder, Scheckler e Barab (2012) indagano sulla relazione tra *trolling* e soggetti femminili; Krappitz (2012) è una tesi sulla cultura del *trolling*; per una prospettiva psicologica, si legga Buckels, Trapnell e Paulhus (2014); la recente pratica del *trolling* nel *cyberwarfare* è oggetto di analisi di Spruds e Rožukalne (2016); c'è molta "letteratura grigia", sia in Internet che nei media tradizionali, sui *troll*,

zione dell'analisi così da interrogarsi, invece, sulla costruzione del *trolling*, vale a dire sugli elementi discorsivi e le condizioni contestuali necessari affinché il *trolling* abbia luogo e sia socialmente riconosciuto come tale. La storia della retorica, una disciplina che può essere considerata quale antenata della semiotica, così come la storia della filosofia, in particolare con autori come Schopenhauer, registrano una serie di opere la cui formula principale potrebbe essere "L'arte di…". Esse hanno avuto lo scopo di trasmettere conoscenze pratiche e soprattutto stilistiche su un certo dominio della pratica comunicativa, al di là delle istruzioni più cogenti delle grammatiche codificate. L'attuale semiotica della cultura potrebbe aggiungere a tale serie un'opera ulteriore, intitolandola "L'arte del *trolling*". Quali sono i principi essenziali di questa arte? Un modo pratico per esporli è quello di confrontare e contrastare il *trolling* con generi e pratiche discorsive simili.

5.2. *Trolling versus* provocazione

Un ingrediente importante nella morfogenesi del *trolling* è il suo carattere reattivo. I *troll* di solito non sono mai iniziatori di una nuova tendenza semantica della comunicazione. Di converso, normalmente rispondono in modo parassitario a un frammento di discorso che è stato creato da qualcun altro, qualcuno che è considerato privo di atteggiamenti da *trolling* e che può, quindi, essere designato come vittima di questa pratica discorsiva. I *troll* non iniziano il discorso ma rispondono ad esso per il semplice motivo che non si preoccupano di alcun particolare focus semantico. Non sono interessati a ciò di cui scrivono ma alle reazioni cognitive, emotive e pragmatiche che possono ottenere da un interlocutore o da un gruppo d'interlocutori quando questi sono sollecitati a partecipare a una conversazione *trollata*.

Il fatto che i *troll* non siano realmente interessati a ciò di cui comunicano è certamente un aspetto spiacevole del loro stile espressivo, ma non esclusivo. Da questo punto di vista, in realtà, il *trolling* non è altro che

ma un numero ancora esiguo di contributi accademici. Lo studio più completo (e provocatorio) sul *trolling* fino ad oggi è Phillips (2015). Sulla semiotica visiva del *trolling*, si legga Turton–Turner 2013. Un'analisi semiotica della relazione tra *trolling* e teorie del complotto si trova in Thibault (2016).

l'ultima manifestazione di un genere discorsivo preesistente: la provocazione. Ogni volta che provochiamo in modo comunicativo qualcuno, siamo interessati meno al tema della provocazione che alle reazioni ad esso. Come suggerisce l'etimologia latina di questa parola, la provocazione è un'azione comunicativa il cui scopo è quello di suscitare una voce, intesa come una voce emotiva più che cognitiva o pragmatica. La provocazione, infatti, non intende ottenere una conoscenza supplementare o un'azione in più da parte di un interlocutore, ma piuttosto un'emozione aggiuntiva; ha, cioè, lo scopo di elevare il tono emotivo con cui l'interlocutore s'impegna nella conversazione; di solito, mira ad aumentare il tono emotivo negativo della risposta di un interlocutore, in termini d'indignazione, rabbia o addirittura furia.

Come sanno gli esperti di retorica, tuttavia, la provocazione può essere un utile dispositivo pragmatico e persino produrre effetti positivi nello scambio comunicativo. Quando provoco il mio partner, ad esempio, non è perché voglio vederlo arrabbiato ma perché presumo che il suo coinvolgimento emotivo nei confronti di un determinato argomento non sia sufficiente. Come è noto, nella conversazione le emozioni non sono completamente separate dalla cognizione. Ad esempio, un'attivazione emotiva moderata può portare lo scambio comunicativo a conclusioni che non sarebbero state raggiunte se i partecipanti vi si fossero impegnati in modo puramente robotico. È anche noto, tuttavia, che l'eccesso di emozioni nella conversazione può portare alla sua paralisi, il che significa che il bisogno di esprimere i propri stati mentali alterati soffoca la necessità di esprimere le proprie idee. Anche la provocazione, quindi, è oggetto di un'arte; provocare qualcuno può migliorare il gioco comunicativo; oltre una certa misura, però, la provocazione finisce col disturbare il gioco stesso. Il *trolling* è una *provocazione indifferente al suo argomento di conversazione*; essa mira a reazioni emotive parossistiche. Il piacere della moderata provocazione consiste nel vedere che la forma della conversazione è stata cambiata, e talvolta persino migliorata, dall'aumento intenzionale del suo tono emotivo. Il piacere del *trolling* consiste invece nel rendersi conto che *il tono emotivo della conversazione diventa l'obiettivo principale della conversazione stessa*.

Questo è il primo ingrediente dell'arte del *trolling*: quando *trollo* qualcuno, non dovrei preoccuparmi di quello che dico ma delle potenziali risposte emotive a quello che dico, non importa di cosa si tratti. In termini più semplici, il primo obiettivo comunicativo di un *troll* è essere in grado

di spingere i bottoni più sensibili dell'interlocutore. "Pushing someone's buttons" è una locuzione inglese molto appropriata in questo contesto. In effetti, la posta in gioco non è quella di suscitare reazioni emotive ma in ogni modo controllate, in modo che una cornice cognitiva di argomentazione filtri comunque la risposta irrazionale. Qui invece la posta in gioco è quella d'innescare risposte emotive relativamente immediate, in cui le passioni negative dell'interlocutore semplicemente esplodano senza tenere conto della struttura cognitiva e razionale dell'argomentazione. *L'obiettivo finale di un* troll *deve essere quello di essere insultato dalla sua vittima*.

5.3. *Trolling versus* scherzo

Il *trolling* non è semplicemente una provocazione ma non è neppure semplicemente uno scherzo. Umorismo, sarcasmo e altre declinazioni dell'ironia giocano un ruolo fondamentale nella comunicazione umana. Importanti effetti persuasivi possono essere ottenuti scherzando in modo divertente con un interlocutore. Quest'attività è inoltre di per sé piacevole. Prendere in giro qualcuno e rendersi conto che questi si sente preso in giro e vi reagisce è la fonte di un piacere estetico autonomo, il quale in definitiva è legato a un desiderio di controllo. Mentre il piacere della persuasione consiste nel rendersi conto che si può controllare l'altro cambiandone la mente, il piacere dell'ironia consiste nel rendersi conto che l'altro può essere controllato anche cambiandone "il cuore", ad esempio producendo quell'irritazione mite e solitamente innocua che scaturisce dal prendersi in giro tra amici. Durante una conversazione ironica posso fingere, per celia, di difendere opinioni che in realtà non nutro sul serio, poiché, se così fosse, probabilmente esse sarebbero inaccettabili per il mio interlocutore. Uno degli scopi comunicativi utili dello scherzare è quindi quello di sondare i limiti della relazione conversazionale in cui lo scherzo avviene. Dicendo cose che sono inaccettabili per il mio interlocutore e, allo stesso tempo, segnalando che in realtà non credo in ciò che dico e che lo sto dicendo per scherzo (ad esempio, attraverso speciali indicatori di conversazione come il tono della voce, l'espressione facciale o i gesti), posso studiare le reazioni cognitive e, soprattutto, emotive del mio interlocutore al di fuori della cornice di uno scambio comunicativo "serio", come se la burla fosse una palestra in cui due contendenti si allenano e mi-

surano la loro forza senza effettivamente impegnarsi in una lotta violenta con un rivale sconosciuto. L'intrinseco piacere estetico della presa in giro consiste, quindi, non solo nel rendersi conto che si possono controllare le emozioni dell'interlocutore, ma anche nel fare in modo che lo sbertucciare l'altro rimanga entro certi limiti e non si muti mai in violenza verbale o, peggio, fisica.

Il *trolling* condivide alcuni ingredienti comunicativi con lo scherzo verbale. Anche nel *trolling* non si crede a ciò che si dice o scrive. Ma allorché la conversazione ironica di successo richiede che sia il mittente che il ricevente si rendano conto che il primo non crede in quello che dice al secondo, il *trolling* implica che solo il mittente e la sua comunità di *troll* abbiano contezza del fatto che non c'è nessuna credenza collegata a ciò che viene detto, mentre il ricevente crede fermamente in una tale relazione tra la credenza interna e l'espressione esterna. *Il* trolling*, dunque, è uno scherzo la cui natura comunicativa di scherzo non è mai rivelata al suo destinatario,* in quanto lo scopo fondamentale del *trolling* non è quello di scherzare con qualcuno, ma di scherzare su o persino contro qualcuno.

In altre parole, la vittima del *trolling* è degradata a un livello inferiore della pragmatica della conversazione, in cui non partecipa più al sondaggio dei limiti della scena comunicativa, ma si trasforma nella vittima sacrificale di uno spettacolo. Entrambi i partner della conversazione escono da una situazione di scherzo riuscito conoscendo qualcosa in più l'uno sull'altro e sulle rispettive personalità; nel *trolling*, invece, il mittente gode appunto del fatto che il ricevente non capisce, intrappolato in un "Infinite Jest" di cui ignora la natura stessa di scherzo. Mentre nella presa in giro il mittente e il ricevente sperimentano a vicenda il potere di essere in grado di controllare le emozioni l'uno dell'altro, nel *trolling* questa reciprocità è interrotta e la vittima si trasforma in un semplice burattino nelle mani dei suoi *troll*. Di conseguenza, il *trolling* non mira a mettere alla prova i confini di una relazione, ma piuttosto a confermare l'illusione narcisistica dell'onnipotenza del mittente, così come i suoi legami con una comunità di *troll*.

Il fatto che il *trolling* sia al tempo stesso provocazione insensibile al suo argomento e scherzo opaco per il ricevente comporta due ulteriori ingredienti pragmatici chiave di questa pratica comunicativa: l'anonimato e la natura corale.

5.4. *Trolling versus* anonimato difensivo

Il *trolling* sarebbe di fatto impossibile se la vittima conoscesse perfettamente il suo *troll*. Gli scherzi elaborati sono fattibili tra amici, e tuttavia devono, a un certo punto, finire con la rivelazione di ciò che sono, vale a dire, burle. Più lungo è lo scherzo, maggiore è il rischio che sondare i limiti di una relazione amichevole possa finire col metterla a repentaglio. Di conseguenza, lunghe e complicate celie sono possibili solo tra buoni amici e in nessun modo tra estranei. La ragione ne è semplice: un enorme spreco di energia e azione comunicativi sarebbero necessari dopo aver scherzato con uno sconosciuto per un lungo periodo di tempo, al fine di 'chiudere' la burla e tornare a un quadro comunicativo non ironico. *Il* trolling*, invece, non conosce fine*. Il suo piacere estetico deriva proprio dal fatto che mai la vittima realizza o esprime la consapevolezza che lo scambio conversazionale in cui è immersa sia in realtà uno scherzo, un gioco verbale da cui si può uscire in qualsiasi momento.

Da questo punto di vista, come si vedrà meglio in seguito a proposito della dimensione corale del *trolling*, questa pratica è di fatto sadica, nel senso che produce piacere estetico degradando la controparte della conversazione al livello di un burattino emotivo; è, tuttavia, una pratica sadica in cui nessuna parola chiave viene data alla vittima in modo da moderare o terminare il gioco. La vittima, invece, deve ignorare il quadro ironico in cui è presa in giro e, di conseguenza, non deve essere in grado di determinare che la controparte conversazionale sta scherzando. In scherzi elaborati tra amici prima o poi arriva sempre il momento della rivelazione. Ciononostante, e ancor prima del suo arrivo, la vittima dello scherzo non può credere completamente che l'amico agisca e parli in un modo che è in totale contrasto con quello consueto. Per fare un esempio: nell'arguta commedia francese *Le Prénom* (Alexandre de La Patellière e Matthieu Delaporte 2012; titolo italiano *Cena tra amici*), Vincent, un agente immobiliare, rivela scherzosamente a due dei suoi più cari amici, Claude e Pierre, che egli, Vincent, ha intenzione di chiamare il suo primo nascituro "Adolfo". Gli amici sono scioccati dalla rivelazione, eppure non riescono a credere completamente che ciò che sentono sia vero. Quando poi questa burla viene protratta oltremodo, allora conseguenze catastrofiche s'innescano nella relazione tra i tre uomini e i loro familiari, proprio perché la faccia conversazionale che il personaggio principale ha mostrato ai suoi amici

non è affatto compatibile con la storia della loro reciproca conoscenza. Uno scherzo che mette a repentaglio una relazione, vuoi perché ne sfida eccessivamente i confini, vuoi perché viene prolungato per un periodo di tempo eccessivo, è un brutto scherzo. Il suo risultato conversazionale e sociale è distruttivo. Al contrario, *un* trolling *in cui la vittima non si rende conto di essere trollata è perfetto*, poiché può continuare all'infinito, a livelli crescenti di tensione emotiva, ognuno di essi costituendo una fonte del piacere ugualmente crescente del *troll*. Per questi non c'è niente di meglio che osservare come un perfetto estraneo, incarnato dal proprio avatar nei *social network*, si arrabbia sempre di più per ciò che viene detto, cadendo in una spirale di argomenti sempre più violenti e, alla fine, insulti o addirittura minacce, fino alla classica evocazione di Hitler come paragone del male assoluto.

Rimane da affrontare la questione se le maggiori possibilità di anonimato nella comunicazione digitale abbiano generato il *trolling* o se lo sviluppo del *trolling* abbia aumentato la necessità di anonimato digitale. Come è stato sottolineato in precedenza, il *trolling* richiede un più alto grado di anonimato rispetto a una normale conversazione ironica. La modalità discorsiva del *trolling*, tuttavia, non è solo la causa, ma anche l'effetto di un maggiore anonimato nella comunicazione digitale e nei *social network*. Tale anonimato non deve essere necessariamente ricercato attivamente. Esiste una forma di anonimato più diffusa e forse ancor più perniciosa, che deriva semplicemente dal fatto che, nella semiosfera digitale, interagire con una grande quantità di perfetti sconosciuti è sempre più frequente, o addirittura diviene la regola. Nella comunicazione digitale e, in particolare, nelle reti sociali, le persone si sentono invisibili e anonime non solo perché agiscono sotto mentite spoglie ma anche perché si percepiscono come parte di una moltitudine in cui la loro responsabilità individuale scompare. Essi divengono irresponsabili nel senso di non dover più rispondere a nessuno per quello che scrivono e dicono. Da questo punto di vista, le arene comunicative digitali hanno spesso prodotto lo stesso terrificante effetto etico che di solito implica la distanza spaziale: gli esseri umani tendono a non preoccuparsi degli altri esseri umani che percepiscono come spazialmente e, quindi, emotivamente lontani da sé; inoltre, essi tendono anche a sviluppare atteggiamenti sadici o addirittura violenti quando questa distanza è percepita come asimmetrica. Guardando gli altri esseri umani dalla cima di un grattacielo o sullo schermo di un drone mi-

litare, non si prova particolare empatia negativa al pensiero di annientarli, come se fossero piccoli insetti nocivi.

In molte circostanze, la comunicazione digitale e i *social network* hanno portato allo scatenarsi di queste conseguenze non etiche della distanza spaziale in ambienti di conversazione in cui, al contrario, tutto dà ai partecipanti l'impressione di essere strettamente connessi, legati da mutua familiarità, e in posizione ravvicinata gli uni agli altri. La combinazione di distanza etica e vicinanza virtuale è esplosiva: in tali condizioni, molti esseri umani sviluppano atteggiamenti sadicamente violenti nei confronti dei loro partner di conversazione digitale. Il *trolling* ne è l'epitome: parlo con te e m'impegno in una conversazione con te, eppure quello che ho in mente non è scambiare idee, emozioni e piani di azione, ma rallegrarmi della mia capacità di spingere i tuoi bottoni provocando la tua rabbia, *ad libitum*.

L'anonimato è necessario nelle società repressive; consente ai membri delle minoranze perseguitate di esprimere i propri pensieri e cercare di rovesciare il regime acquisendo consenso e potere crescenti. *Nelle società non repressive, tuttavia, l'anonimato è necessario al fine di proteggere non tanto le voci oppresse quanto quelle che opprimono*. È strumento retorico non nelle mani delle vittime del potere ma in quelle dei loro torturatori. È come il cappuccio sulla testa del boia. *Il* trolling *è, in un certo senso, una tortura verbale*, la quale pero mira non a strappare tale o tale informazione da un corpo tormentato, ma a dare piacere attraverso lo spettacolo del suo inutile dolore, come nelle piazze medievali.

5.5. *Trolling versus* discorso pubblico

Ciò che è stato detto finora è la ragione per cui la dimensione corale del *trolling* non dovrebbe essere trascurata. Come la tortura, il *trolling* non è mai solo una faccenda tra un torturatore e un torturato. Nella terminologia della semiotica greimasiana, si potrebbe dire che sia la tortura che il *trolling* implicano sempre un attante osservatore, cioè un'istanza che osserva il gioco sadico e ne trae piacere. In una certa misura, questo è vero anche per lo scherzo: dire qualcosa per scherzo a un amico richiede non solo un mittente del messaggio umoristico e un suo ricevente, ma anche un terzo attore, il cui ruolo è quello di testimoniare lo scherzo e in qualche modo anche sancirne l'adeguatezza discorsiva. Ciò non significa che un attore conversa-

zionale in carne e ossa debba osservare fisicamente la scena dell'ironia. In molti casi, infatti, colui che scherza sarà contemporaneamente il testimone dello scherzo, in qualche modo gioendo in previsione dell'effetto di sorpresa e ilarità, oltre che di sollievo, che procurerà la chiusura dello scherzo stesso. Analogamente, la scena del *trolling* implica anche alcuni osservatori, che tuttavia condividono nella maggior parte dei casi l'anonimato del *troll*: il *troll* non si esibisce di fronte a sé o a un gruppo di amici; il suo spettacolo sadico, invece, si offre a un pubblico che, essendo potenzialmente infinito e coincidendo con tutti quelli che potrebbero incontrare le parole del *troll* nel web, diventa *ipso facto* un pubblico anonimo, al quale, ancora una volta, non viene assegnata alcuna responsabilità specifica. Il *trolling*, quindi, comporta un'ininterrotta e infruttuosa provocazione da parte di un anonimo torturatore per il piacere di un pubblico anonimo, una folla digitale che assomiglia in qualche modo a quelle che, in passato, avrebbero assistito con entusiasmo allo spettacolo delle esecuzioni pubbliche.

5.6. *Trolling versus* polemica

Attraverso il confronto e il contrasto con pratiche discorsive simili, si sono individuati alcuni dei principali ingredienti semiotici del *trolling*: provocazione insensibile all'argomento; celia illimitata; gerarchia sadica di mittente e ricevente; anonimato sia del *troll* che del suo pubblico; carattere corale dell'"attante osservatore" del *trolling*, e così via. Sebbene tutte queste caratteristiche pragmatiche siano strettamente legate a un contesto socioculturale (che agisce sia come causa che come effetto), e sebbene producano effetti semantici, esse non sono tuttavia di *per sé* semantiche. Un'analisi separata deve quindi essere sviluppata per quanto riguarda la semantica del *trolling*, cioè i campi specifici di significato sui quali il *troll* di solito si basa. Suggerire che il *trolling* sia insensibile al suo argomento, infatti, non significa che questa pratica discorsiva possa svolgersi in relazione a qualsiasi area semantica. Affinché possa svilupparsi del *trolling*, il campo di senso al centro della conversazione digitale deve essere oggetto di controversia.

Come si è cercato di dimostrare altrove (Leone 2016), il livello di contenziosità delle aree di significato nella semiosfera dipende in ultima analisi dalla sua struttura specifica. Nessun argomento è intrinsecamente immune

alla contesa e nessun argomento è intrinsecamente polemico. In generale, affinché il *trolling* si verifichi è sufficiente che la sua area semantica di riferimento sia suscettibile di dare origine a un'assiologia e, quindi, a una polarizzazione. Non appena un argomento implica in qualche modo una potenzialità di opinioni contrastanti, esso diventa una possibile area semantica per l'attività di *trolling*. Ma anche in questo caso è necessario condurre un'analisi contrastiva. Il *trolling* non è semplicemente una polemica, come non è semplicemente una provocazione o uno scherzo. In termini greimasiani, dato un certo campo di significato, il *trolling* costruisce parassitariamente la sua posizione, in modo tale da risultare non solo contrario, ma anche contraddittorio rispetto all'opinione espressa dall'interlocutore.

Uno degli aspetti socialmente inquietanti del *trolling*, infatti, consiste nel fatto che il *troll* non ha un'opinione sua, ma la costruisce in relazione a quella della controparte e vittima del *trolling*; il *troll*, inoltre, non persegue l'obiettivo di esprimere un'opinione radicalmente diversa e di convincere l'interlocutore e/o il proprio pubblico, ma cerca piuttosto di provocare, attraverso una specifica scelta di argomenti, la rabbia crescente del partner conversazionale per la gioia propria, del *troll*, e del suo pubblico sadico. Il *troll* vorrebbe essere assolutamente oltraggioso, e spesso lo è; tuttavia, per essere efficace, il discorso del *trolling* deve anche rispettare una specifica aspettualità. Quindi, "l'arte del *trolling*" implica anche che il *troll* non riveli la sua natura all'inizio, adottando argomenti o posizioni iniziali eccessivamente oltraggiosi. Un *trolling* in cui la vittima si renda conto subito di essere *trollata* non è un *trolling* riuscito, perché non dà origine a quel sadismo conversazionale prolungato che è al centro dell'estetica del *trolling*. L'aspettualità di questa pratica discorsiva consiste quindi nel misurare l'esagerazione degli argomenti, così che le iniziali posizioni semantiche contraddittorie non rivelino immediatamente la vera natura del gioco ma intrappolino l'interlocutore in una spirale emotiva, in cui argomenti progressivamente sempre più intollerabili vengono usati senza rivelare, tuttavia, la finzione della loro pragmatica.

5.7. *Trolling versus* menzogna

Il *trolling*, tuttavia, non è solo caratterizzato da una pragmatica specifica e da una particolare semantica; anche la sua logica sintattica contribuisce all'effetto semiotico complessivo di questo genere discorsivo. Per irritare la

controparte di una conversazione, la scelta e la perorazione di argomenti contraddittori è necessaria ma non sufficiente. Un'attenta analisi del *trolling* mostra che le sue vittime sono spesso sempre più indignate non solo a causa degli argomenti usati dal *troll* ma anche a causa della sintassi dell'argomentazione. Per raggiungere il suo obiettivo sadico, il *trolling* deve essere pieno di *non sequitur*, ripetizioni, petizioni di principio, argomenti *ad personam* e così via, dispiegando abilmente una serie di errori logici che costituiscono una sorta di contro–manuale di retorica. La pragmatica, la semantica e la sintassi del *trolling* individuano le caratteristiche principali di questo fenomeno come pratica discorsiva e comunicazione testuale. Tale caratterizzazione interna, tuttavia, non è di *per sé* esaustiva, ma deve condurre a una migliore comprensione del contesto socioculturale del *trolling*, in termini sia dei suoi effetti che delle sue cause.

5.8. Dolore

Per quanto riguarda i primi, che sono probabilmente più facili da osservare e analizzare, sono state espresse opinioni discrepanti sulle conseguenze sociali del *trolling*. Da una parte si potrebbe pensare che, testando in modo oltraggioso i limiti della tolleranza conversazionale, il *trolling* sia effettivamente vantaggioso, poiché espone i paradossi, i tabù e le ipocrisie della conversazione digitale odierna. Da questo punto di vista, il *trolling* potrebbe essere considerato come una nuova istanza nella serie di voci altamente anticonvenzionali che, dall'etica punzecchiante di Socrate fino all'estetica del clown moderno, hanno contribuito a scuotere la società dalle sue radicate certezze, favorendo così il sano rinnovamento della sua energia morale. Una comunità che è in grado di reagire al *trolling*, infatti, diventa una comunità più forte, e con una maggiore capacità di discriminare tra posizioni tollerabili e intollerabili. Tanto per fare un esempio: fra le pratiche del *trolling* si registra anche quella d'inviare le foto cruente della vittima di un incidente alla famiglia, in modo da accrescerne il dolore; questo è chiaramente un comportamento sadico e moralmente inaccettabile in tutte le società; in tutte le culture, mostrare rispetto, o almeno non mostrare mancanza di rispetto, per la morte di giovani innocenti e il dolore delle loro famiglie è un pilastro di empatia condivisa. Ignorando e calpestando questo tabù, i *troll* indicano involontariamente la crisi dei modelli tradizionali di empatia nell'arena di-

gitale, così come l'ipocrisia del dolore globale; allo stesso tempo, attraverso la deprecazione del *trolling* e il ripristino di questo tabù, le società rinnovano e rafforzano i loro confini morali, ridefinendo e rinvigorendo la distinzione tra ciò che è moralmente ammissibile e ciò che non lo è.

5.9. Meta–dolore

L'effetto più dirompente del *trolling*, tuttavia, non consiste nel dolore che esso provoca in questi casi evidenti di sadismo conversazionale: solo un *troll* invierebbe le immagini del cadavere mutilato della vittima di un incidente alla sua famiglia. Anche se tragicamente atroci, tali atti non sono però così dirompenti come il meta–dolore provocato dal *trolling* quando la sua natura non è chiaramente distinguibile. In termini più generali, la peggiore conseguenza sociale del *trolling* è quella di rendere sempre più difficile individuare il *trolling* stesso. La possibilità di etichettare un frammento di discorso come "trolling" non può semplicemente dipendere dalle caratteristiche pragmatiche, semantiche e sintattiche descritte sopra. Esse sono tutte necessarie per definire il *trolling*, che le manifesta sistematicamente. Il *trolling*, tuttavia, può essere definito adeguatamente solo in termini d'intenzionalità. In altre parole, solo quella occorrenza testuale provocatoria, dirompente e oltraggiosa il cui contenuto non corrisponde a nessuna delle credenze reali del *troll* può essere definita come "trolling". Ciò non significa che il *trolling* sia una bugia, cioè che la sua espressione sia contraria o contraddittoria rispetto a ciò che in realtà il *troll* crede. *Ciò che in ultima istanza definisce il* trolling *è l'irrilevanza della relazione tra ciò che il* troll *dice in una conversazione e ciò in cui crede*.

Il *trolling* sconvolge profondamente l'etica della conversazione della civiltà umana perché separa l'espressione dal contenuto, il significante dal significato, la comunicazione dall'intenzione. Ciò che conta non sono i pensieri o le emozioni invisibili che la comunicazione significa, ma l'oltraggio visibile che essa provoca. In termini metaforici, il *trolling* è socialmente pericoloso non perché avvelena i pozzi della comunicazione, ma perché rende molto difficile, in modo crescente, distinguere tra acqua potabile e acqua imbevibile, tra la critica delle tendenze tradizionali e il loro *trolling*. Come nel caso delle teorie del complotto, anche nel *trolling* la peggiore conseguenza di questa pratica sadica del discorso è quella di

screditare la critica sociale che invece non è *trolling*, critica che, proprio a causa della proliferazione del *trolling*, finisce per essere difficile da distinguere da esso e, quindi, viene screditata come sua mera istanza. Come è stato sottolineato in precedenza, l'ironia è sempre stata un potente strumento retorico per lo smantellamento dello *status quo* morale, eppure la proliferazione di *trolling* anonimi disinnesca questo dispositivo e lo rende non disponibile nelle arene digitali, dando origine alla famosa legge di Nathan Poe[3]: in un mondo di *troll*, la satira diventa impossibile, perché può sempre essere scambiata, e spesso lo è, per una dichiarazione non satirica, che difende proprio ciò su cui intende ironizzare.

Si immagini un mondo in cui, ogni volta che qualcuno dice qualcosa che non ci piace, non siamo in grado di determinare se si tratti o meno di una dichiarazione in buona fede. Un tale mondo, la cui realizzazione è forse non irrealistica e lontana nel futuro, sarebbe tale per cui la conversazione cesserebbe di essere una struttura discorsiva per la creazione di una comunità d'interpreti e, quindi, per la risoluzione pacifica dei conflitti. Questo è il motivo per cui — anche se è difficile etichettare un fenomeno tipicamente digitale come il *trolling* con categorie come "di destra" o "fascista", che appartengono a un'epoca storica diversa — è innegabile che, incoraggiando sistematicamente il sadico rallegrarsi del disagio altrui, la ridicolizzazione degli estranei e, soprattutto, la disintegrazione di quell'arena conversazionale che fornirebbe invece ai partecipanti un quadro nonviolento per la risoluzione del conflitto, il *trolling* è un comportamento intrinsecamente fascista, nel senso che prospera sull'istituzione e il mantenimento di una comunità la cui coesione ed estetica interne dipendono dalla dolorosa sottomissione di una vittima.

5.10. *Risus abundat*

Il lavoro del semiotico dovrebbe essere distinto da quello del sociologo. Il primo potrebbe aiutare il secondo offrendo una descrizione articolata del fenomeno discorsivo del *trolling* e ricevendone, in cambio, informazioni extra–testuali necessarie per comprendere appieno gli effetti e, soprattutto, le

3. "Senza una faccina ammiccante o altro palese segnale di umorismo, è assolutamente impossibile parodiare un creazionista in modo tale che *qualcuno* non lo scambi per l'originale"; "La legge di Poe" si basa su un commento scritto da Nathan Poe nel 2005 su christianforums.com, un forum Internet sul fondamentalismo cristiano.

cause di tale pratica violenta. Nel presente contesto, si possono citare solo alcune ipotesi, che derivano tutte dalla considerazione che le caratteristiche pragmatiche, semantiche e sintattiche del *trolling* potrebbero essere in realtà una risposta a una condizione sociale ed esistenziale che esse cercano di compensare. Cosa spinge un *troll* ad agire come tale? Prima di tutto, il *trolling* potrebbe essere un sintomo particolarmente spettacolare di un atteggiamento più generale, che è quello che i sociologi hanno già individuato ed etichettato come la "sindrome del no". Oggi, le comunità sono difficili da plasmare attorno a valori positivi e progetti di condivisione e costruzione; esse prendono più facilmente forma attorno a progetti negativi di opposizione a ciò che è considerato "il *mainstream*" o "l'establishment". Da questo punto di vista, l'attrattiva del *trolling* potrebbe consistere nella sua capacità di offrire un senso di comunità, appartenenza e legittimità a coloro che s'impegnano sadicamente a smantellare il "*mainstream* morale". Dato che questo "*mainstream* morale" nelle società postmoderne diventa sempre più ristretto, i *troll* devono ricorrere a comportamenti viepiù scandalosi per definire la loro opposizione, al punto che l'unico modo che a essi rimane per generare una posizione esistenziale e un consenso comunitario è di sostenere apertamente la crudeltà. Come il populismo è la rivolta dell'emarginato sociale contro ciò che egli o ella ritiene l'abuso del sistema di rappresentanza politica, così il *trolling* è la rivolta dell'emarginato morale contro la comunità della morale tradizionale; è sentendosi moralmente superiore o, semplicemente, indifferente rispetto a essa che il *troll* trae il proprio godimento esistenziale.

Perché mai qualcuno, e presumibilmente un giovane, dovrebbe provare piacere estetico nell'innescare l'indignazione di un interlocutore adottando atteggiamenti assurdi e ostili? La risposta definitiva potrebbe essere la seguente: i *troll* si sentono così totalmente impotenti nella tradizionale arena della conversazione pubblica, incapaci di convincere qualcuno di qualsiasi cosa e, peggio, incapaci di essere convinti da qualcuno di qualcosa, che l'unica fonte di potenziamento esistenziale su cui possono contare è quella di rompere la macchina della conversazione stessa, esattamente come un giocatore di scacchi rovescia la scacchiera perché non è più in grado di sfuggire allo scacco matto o, con una metafora ancora più appropriata, come il bambino che, non essendo in grado di capire come funziona un giocattolo, lo fa a pezzi.

Sfortunatamente, il giocattolo che un crescente numero di *troll* sta cercando in modo inquietante di distruggere non è di minor rilievo: è il gioco del discorso pubblico.

Capitolo VI

De conjuratis: il discorso del complottista[1]

> Behind the hieroglyphic streets there would either be a transcendent meaning, or only the earth.
>
> (Thomas Pynchon [1966] *The Crying of Lot 49*, ch. 6)

6.1. Eco *versus* Brown

Umberto Eco, uno dei padri della semiotica contemporanea e tra i più grandi semiotici di tutti i tempi, si è spesso confrontato con il tema delle teorie del complotto. Molti dei suoi romanzi, per non dire la totalità di essi, ruotano attorno a questo nucleo tematico. In alcuni casi, le teorie del complotto costituiscono l'intera trama del romanzo, come ne *Il pendolo di Foucault* (1988), il quale è senza dubbio il miglior testo narrativo mai scritto sulle teorie del complotto, le loro dinamiche interne, e le loro assurdità sociali. Umberto Eco è anche, risaputamente, uno dei critici più feroci di Dan Brown. A prima vista, le opere dei due autori si assomigliano: entrambi attingono all'erudizione storica e culturale al fine di progettare trame investigative intricate. In realtà, gli approcci di Brown e di Eco al mistero e al complotto non potrebbero essere più diversi. Eco rappresenta narrativamente le teorie del complotto in modo da coprirle di ridicolo, e incoraggiare i suoi lettori a disfarsene quali mere sciocchezze. Dan Brown, al contrario, non satireggia le teorie del complotto ma le alimenta,

1. Una prima versione di questo capitolo, in lingua inglese, è stata presentata in occasione del conferimento di una Laurea H.C. in "Comunicazione e Culture dei Media" a Umberto Eco presso l'Università di Torino il 16 giugno 2015; una seconda versione ampliata è stata proposta come conferenza plenaria in occasione del convegno "The Consequences of Conspiracy Theories", nell'ambito del progetto COST COMPACT – "Comparative Analysis of Conspiracy Theories", organizzato da CIRCE presso l'Università di Torino il 23 e 24 marzo 2017; tale versione in inglese è stata pubblicata come Leone (2017) *Fundamentalism*; una versione in lingua italiana è stata pubblicata come Leone (2016) *Fondamentalismo*.

promuovendo una loro più ampia circolazione nella società e, cosa ancora più inquietante, elevandone lo statuto epistemico. Ai lettori "cooperativi" de *Il pendolo di Foucault* di Eco viene richiesto di ridere delle teorie del complotto; i seguaci de *The Da Vinci Code* di Dan Brown sono invece titillati a credervi e diffonderne il contagio. Questo è il motivo principale per cui Eco ha costantemente criticato Brown. La critica del primo al secondo reca un messaggio morale che non solo è visibile nei romanzi di Eco, ma risuona, sotto veste diversa, nel suo fondativo lavoro teorico.

6.2. I limiti dell'interpretazione

Se si dovesse riassumere il nucleo della ricerca filosofica di Umberto Eco in una sola frase o in un solo slogan, sarebbe ragionevole sostenere che la maggior parte del suo lavoro è stata dedicata a indagare i limiti dell'interpretazione (Eco 1990). Questa ricerca comporta due dimensioni; da un lato, una linea teorica: dimostrare che i segni, i testi, i discorsi, e la cultura in generale non sono sempre aperti alla proliferazione di significato, ma producono senso in modi che sono regolati dalle società attraverso modelli consolidati. Questi codici interpretativi possono essere continuamente negoziati e rinegoziati, ma comunque occupano un posto centrale nei processi attraverso i quali il senso viene creato, condiviso, e diffuso nelle società. La seconda dimensione, morale, s'intreccia con la prima. I modelli d'interpretazione non solo esistono; essi devono anche reggere nel tempo e nello spazio affinché la comunicazione sociale sia possibile. Una società che non condivide codici, e non impone alcun limite all'interpretazione, è una società in disgregazione, dove gli esseri umani sono progressivamente privati di ciò che li definisce e li abilita come animali sociali e politici, vale a dire, il linguaggio.

La posizione teorica di Eco, e ancor più l'etica ermeneutica che ne deriva, sono stati talvolta etichettati come conservatrici, o addirittura come reazionarie. Niente di più sbagliato. Eco è stato un critico franco, per esempio, delle ermeneutiche testuali dei fondamentalismi religiosi, soprattutto quando, adottando il letteralismo, essi sostengono che una, e una sola interpretazione di un testo sacro è possibile (Eco 1992). Questo atteggiamento interpretativo imposta solo apparentemente rigidi limiti al modo in cui un testo — che si considera emanazione diretta dalla tra-

scendenza — può essere utilizzato per la produzione e la circolazione di senso ulteriore (Leone 2012b). In realtà, negare che interpretazioni alternative di un testo sono possibili è altrettanto irragionevole, dal punto di vista di Eco, dell'affermare che ogni interpretazione di un testo è possibile. La prima posizione rifiuta l'idea che possa darsi una molteplicità di modelli culturali che codifichino e decodifichino il significato sociale; la seconda ammette questa molteplicità, ma non contempla modi inter–soggettivamente ragionevoli per scegliere fra le alternative, o perlomeno classificarle (Leone 2016). La maggior parte del lavoro teorico di Eco, così come la sua controparte finzionale, può essere vista come un sofisticato, monumentale tentativo di smantellare concettualmente queste posizioni, mostrandone il pesante carico di conseguenze morali.

Come si mostrerebbero le società in cui queste due linee ermeneutiche dovessero predominare? Un gruppo umano dominato da un'etica interpretativa fondamentalista sarebbe molto probabilmente repressivo (Leone 2014). Purtroppo, questo scenario non è solo finzione, ma ha ricevuto molte incarnazioni nel corso della storia. È all'opera anche in numerose società contemporanee. Ovunque un testo sacro o un corpus di testi sacri sia istituzionalmente ritenuto il pilastro immateriale della società, si sviluppa una burocrazia interpretativa al fine di collegare il potere e il suo controllo sugli individui. Idiosincrasie che non si allineino con il modello imperante vengono scartate, represse, perseguitate. Modi di vita che non siano conformi alla norma, e considerati come pura derivazione dalla trascendenza senza mediazione umana, sono stigmatizzati come fuorilegge, banditi, i loro fautori forzatamente convertiti o sterminati. Una società che adotti un'ermeneutica interpretativa fondamentalista frustra l'innata propensione umana alla creatività e alla costruzione d'infinite alternative.

Tuttavia, l'opera di Eco sottolinea con uguale se non maggiore veemenza i rischi derivanti da un'etica ermeneutica che non riconosca alcun metodo legittimo per la valutazione comparativa delle interpretazioni. Secondo questo punto di vista, non solo i testi sacri, ma anche i codici legali, per non parlare dei testi di finzione, sono aperti a qualsiasi tipo d'interpretazione, senza confini in grado di porre un limite, o almeno una serie di limiti, a tale proliferazione. Come è noto, Eco ha identificato in una certa interpretazione del decostruzionismo di Derrida, soprattutto nella sua versione statunitense politicizzata, la principale fonte di tale stile ermeneutico (Eco 1992). Nietzsche può esserne considerato il

primo sostenitore moderno: esistono solo interpretazioni, non fatti. Ci si potrebbe chiedere, allora, come sarebbe una società in cui predomini questa prospettiva. Non sarebbe una società repressiva nello stesso modo in cui lo sarebbe una società fondamentalista. Nessun modello interpretativo radicale vi designerebbe gli *insiders* e gli *outsiders*, i potenti e i reietti. Al contrario, si potrebbe avere l'impressione che, in una società decostruzionista, qualsiasi cosa potrebbe essere tollerata, dai comportamenti sessuali al gusto letterario, dalle interpretazioni giuridiche alle scoperte scientifiche. In questo campo, tuttavia, Ronald Dworkin sembra unirsi a Eco nell'esprimere una preoccupazione per le pesanti conseguenze che tale utopia decostruzionista potrebbe sortire sull'ordine sociale (Dworkin 1982). Un'ermeneutica senza limiti, infatti, non sarebbe in grado di gestire i conflitti interpretativi. Si provi a immaginare, con Dworkin, un giudice che, nel condannare un imputato all'ergastolo, affermi che la sentenza deriva da un'interpretazione dei fatti, ma che altre interpretazioni sarebbero possibili ed egualmente valide. Oppure s'immagini un medico che prescriva un ciclo di chemioterapia, adottando la stessa posizione ermeneutica. Le vittime legali o mediche di tale atteggiamento interpretativo ne sarebbero inorridite, chiedendo un risarcimento giuridico o un secondo parere medico.

L'esempio indica che una società in cui le interpretazioni non siano mai classificate gerarchicamente non è né una società senza potere, né una in cui la repressione del più debole scompare magicamente. Al contrario, è una società in cui repressione e violenza proliferano senza centro, seguendo un contagio irrazionale (Leone 2015). Da un certo punto di vista, mentre il potere fondamentalista è relativamente facile da rilevare e contrastare, quello decostruzionista non lo è, in quanto nessuna burocrazia specifica lo gestisce. Potere, iniquità e squilibri ingiusti saltano fuori in modo casuale, secondo schemi che sono difficili da mappare, dal momento che non rispondono a un'agenda pubblica, ma a pregiudizi privati non strutturati, i quali sono, tuttavia, facile preda di manipolazione. Alla fine, le agentività più potenti trionfano nelle società decostruzioniste come in quelle fondamentaliste, ma lo fanno più surrettiziamente, senza milizie.

Uno dei grandi contributi di Umberto Eco alla discussione su questo tema è consistito nel mostrare che entrambi gli atteggiamenti ermeneutici dovrebbero essere scartati non solo in considerazione delle loro conseguenze politiche essenzialmente antidemocratiche (repressione dispotica /

repressione anarchica), ma anche in termini teorici e, quindi, obbiettivi. Il modello di semiosi di Charles S. Peirce, come viene interpretato da Eco, offre un terreno concettuale per la promozione di una società in cui i limiti non sono né imposti né decostruiti, ma ragionevolmente e inter–soggettivamente negoziati (Eco 1975).

6.3. I fondamenti semiotici della ragionevolezza interpretativa

Il modello di semiosi elaborato da Peirce rende giustizia a due caratteristiche quintessenziali della cognizione umana. Da un lato, gli esseri umani sono intrinsecamente inclini alla proliferazione del senso (Leone 2011). Lo schema attraverso il quale Peirce ha cercato di cogliere questa tendenza è aperto e si apre all'infinitezza: ogni segno punta verso un ulteriore segno, e così via e così via, senza possibile battuta d'arresto. D'altra parte, gli esseri umani protendono allo stesso modo verso la stabilità: la semiosi si cristallizza in abiti che guidano le cognizioni, le emozioni, e le azioni umane. Il problema delle due linee interpretative sopra esposte è che negligono la dialettica tra queste due funzioni cognitive egualmente essenziali e avvalorano solo una di esse. Nell'ermeneutica fondamentalista, un unico abito viene selezionato come dominante. La semiosi è bloccata in un interpretante rigidamente codificato, immaginato come totalmente conforme alla struttura intrinseca di un testo sacro. Qualsiasi tentativo di riattivare il motore della semiosi introducendo interpretanti alternativi viene annullato — spesso con violenza — attraverso la burocrazia ermeneutica. Gli esseri umani che vivono sotto il giogo di un unico insieme di abiti, rigidamente canonizzato, esperiscono, di solito, una profonda alienazione. Essi sono spinti a trasformarsi in macchine, per le quali le alternative risultano impossibili (Leone 2012a). Tuttavia, anche la società decostruzionista frustra la dialettica tra semiosi e abiti, sebbene in questo caso solo la prima venga sottolineata, mentre i secondi vengono scartati. Per il decostruzionista politico, qualsiasi abito è un nemico da respingere attraverso l'esercizio di ulteriori semiosi. La bella creatività che gli esseri umani esprimono nella poesia contemporanea incarna l'utopia di una società auto–governata, in cui le differenze di continuo proliferano magicamente e si compongono in un'armonia multiforme, iridescente. Questa presa di posizione etica e politica, però — mentre lodevolmente reagisce al conservatorismo e alla

repressione autocratici — trascura che anche la poesia ha le sue regole e i suoi codici, e che gli esseri umani tendono a classificare per merito i propri poeti così come gerarchizzano i principi giuridici o le formule economiche. Ma la conseguenza peggiore dell'adottare un'ermeneutica decostruzionista non è tanto l'anarchia letteraria — che taluni potrebbero trovare anche divertente — quanto l'instabilità cognitiva. Una vita senza abiti è un caos insopportabile. Una società senza modelli interpretativi è tale per cui è probabile che vi emerga a ogni passo il conflitto, e a ogni passo rischi di rimanere irrisolto.

Tra un modello ermeneutico che impone l'abito e ostacola qualsiasi semiosi e un modello ermeneutico che impone la semiosi e ostacola qualsiasi abito, la semiotica di Eco promette una terza via: lo sviluppo di un metodo che sia in grado di selezionare le interpretazioni e classificarne le qualità. Da questo punto di vista, la semiotica interpretativa soddisfa le esigenze filosofiche anti–nietzscheane del nuovo realismo, in quanto fornisce alle sua pretese filosofiche una metodologia. Secondo il nuovo realismo, non è vero, come Nietzsche e i suoi interpreti decostruzionisti affermano, che non esistono fatti, e che solo le interpretazioni imperano. Il filosofo nuovo–realista sottolinea l'importanza della realtà, e quindi dei fatti, nel guidare i movimenti della vita sociale (Ferraris 2012). Il semiologo interpretativo non si occupa principalmente di fatti, dal momento che, per definizione e tradizione disciplinari, la semiotica si concentra sulla semiosi, e non sull'ontologia che presumibilmente la sottende (Eco 1997). Tuttavia, le interpretazioni veritiere sono i fatti della semiotica. La realtà che i nuovi filosofi realisti reclamano altro non è, dal punto di vista semiotico, che *la rete di abiti interpretativi che una comunità inter–soggettivamente e ragionevolmente accetta come modelli–guida in una certa fase della sua evoluzione storica e culturale*. Si potrebbe anche sostenere che il vantaggio della semiotica di Eco, rispetto alla nuova filosofia realista, è che la prima meglio della seconda sfugge a qualsiasi tentazione di abbracciare un modello fondamentalista come abito imperante. Infatti, quello che i nuovi filosofi realisti chiamano "realtà" è, per i semiotici, un modello d'interpretazione particolarmente consolidato. La semiotica quindi non respinge indiscriminatamente l'affermazione di Nietzsche, ma la qualifica insistendo sul fatto che le interpretazioni possono essere classificate, e che, come Peirce per primo intuì, la gerarchizzazione delle interpretazioni è esattamente ciò che si traduce in una sensazione di realtà. Due questioni principali

sono quindi in gioco. In primo luogo: quale sia la posizione delle teorie del complotto e dei loro sostenitori in relazione ai diversi atteggiamenti ermeneutici esposti finora. In secondo luogo: quale sia il contributo specifico della semiotica nel contrastare i rischi del fondare una società sul concetto di complotto.

6.4. I nemici dell'interpretazione ragionevole

Il notevole successo delle teorie del complotto nelle società odierne non può essere spiegato in relazione a sole ragioni socio–politiche ed economiche. Una caratteristica di queste teorie che è stata spesso trascurata è che esse sono in grado di procurare un certo piacere estetico. Analogamente al pettegolezzo o alle leggende metropolitane, le teorie del complotto prosperano anche grazie alla noia. Coloro che ricevono le formulazioni di queste teorie vengono staccati d'improvviso dalla razionalità soporifera del discorso mediatico *mainstream* e istantaneamente trasportati in un nuovo scenario, che assomiglia a un romanzo giallo o a un film di spionaggio. Di fronte a una nuova teoria del complotto, il pubblico è portato ad abbracciare la convinzione che nulla è come sembra. C'è sempre una verità più profonda da scoprire sotto la superficie della storia. Il piacere estetico di questa convinzione deriva da una sorta di micro–legittimazione. Gli psicologi sanno molto bene che il successo dei segreti, e l'impossibilità paradossale di mantenerli che da esso risulta, deriva dal piacere che le persone sentono quando si comunica loro qualcosa che non è di pubblico dominio. Dai pettegolezzi tra amici a quello raccolto dalle riviste, tale piacere in ultima analisi deriva da un'idea illusoria d'inclusione, che comporta anche un'esclusione corrispondente. La comunicazione di un segreto determina immediatamente una separazione tra *insider* e *outsider*, tra coloro che sanno che cosa realmente sta accadendo e quelli che, al contrario, continuano a vivere in una beata ignoranza della realtà (Quill 2014). Corollario di questo meccanismo è che le teorie del complotto, per essere efficaci, non devono essere comunicate attraverso i canali tradizionali. Operano in quanto chi le riceve e assorbe può coltivare l'illusione che solo questi, e uno sparuto numero di altri adepti, siano depositari della verità.

La maggior parte delle teorie del complotto — come quelle che sostengono che c'è una lobby globale la quale cerca di asservire il genere

umano attraverso sostanze chimiche rilasciate da aerei — sono così poco supportate da prove scientifiche da essere spesso facilmente ridicolizzate dal discorso scientifico e mediatico *mainstream*. Tuttavia, tale derisione in realtà promuove le teorie del complotto piuttosto che denigrarle. Per i sostenitori di queste teorie, infatti, essere ridicolizzati dalla "massa ignorante" costituisce un'ulteriore prova di appartenenza a una élite illuminata, al gruppo di pochi che sanno davvero dove risieda la verità. Il piacere estetico alla base delle teorie del complotto è quindi quello di una deviazione dal pensiero dominante, la quale crea ipso facto una comunità di salvati, cui è affidata la missione di comunicare la verità a coloro che sono invece asserviti dal potere e vivono nell'ignoranza. Questo effetto estetico è il risultato di un meccanismo semiotico. Astrattamente parlando, può essere descritto come una versione particolare dell'ermeneutica decostruzionista. Come l'ermeneutica della decostruzione respinge qualsiasi abito interpretativo, sostiene che è un'imposizione del potere, e opera per il suo smantellamento, allo stesso modo, le teorie del complotto insinuano che le credenze sociali e politiche tradizionali non sono altro che abiti velenosi che lobby potenti instillano nei cittadini. Inoltre, come il decostruzionismo, così il pensiero complottista mira alla riattivazione della semiosi, principalmente denigrando le verità tradizionali come bugie pubbliche.

Tuttavia, si deve sottolineare, a onore del decostruzionismo, che un'importante sfumatura differenzia questo quadro teorico dallo sviluppo consueto delle teorie del complotto. Queste non sono mai poetiche. Non pretendono che ogni abito possa essere decostruito attraverso la continua riattivazione della semiosi illimitata, come la poetica di Derrida tipicamente suggerisce (Derrida 1967). Al contrario, le teorie del complotto più banalmente sostituiscono l'abito corrente, sostenuto dalla comunità scientifica e socio–politica, con quello di una minoranza, solleticandone la sensazione di esclusività. Allo stesso tempo, le teorie del complotto prendono a prestito dal decostruzionismo l'idea che ogni contro–argomento possa essere smontato da un'ulteriore declinazione della stessa teoria del complotto, e così via secondo un andamento ciclico.

In conclusione, la risposta alla prima domanda di cui sopra (qual è il principale atteggiamento ermeneutico dei teorici del complotto?) è che essi abbracciano una versione banalizzata dell'atteggiamento decostruzionista verso gli abiti interpretativi. Decostruiscono le credenze tradizionali, ma solo al fine di sostituirle con visioni alternative consortili. Prima

di affrontare il secondo problema, quello del ruolo della semiotica nei confronti delle teorie del complotto, bisognerebbe sollevare la questione dei motivi per cui l'emozione estetica legata a questo pensiero sociale alternativo non è distribuita in parti uguali nel corso della storia, ma emerge con maggiore rilevanza in determinati contesti sociali e culturali. In altre parole: se segreti, voci e idee cospirativi intrinsecamente infondono piacere estetico — in quanto legittimano i loro sostenitori attraverso il senso di appartenenza a una minoranza privilegiata di salvati — perché mai le teorie del complotto prosperano solo in alcuni periodi della storia? Rispondere a questa domanda equivale a formulare ipotesi che spieghino il successo, nella storia, degli atteggiamenti decostruzionisti.

Diversi ordini di spiegazioni sono possibili. La frammentazione della società è sicuramente un elemento importante. Più i membri di una società si percepiscono come individui isolati, che non appartengono ad alcun gruppo socio–culturale in particolare, non aderiscono a nessuna organizzazione politica, e sono privi di qualsiasi abito interpretativo forte, tanto più essi saranno preda di complottisti che li designano come la loro nuova comunità, come membri di una minoranza illuminata che deve lottare per resistere alla sottomissione degli ignoranti al pensiero *mainstream*. Nel contesto europeo attuale, per esempio, in cui l'ultimo decennio ha visto un inesorabile declino del potere modellizzante di formazioni politiche tradizionali come i partiti o i sindacati, nuovi leader sono stati facilmente in grado di emergere e plasmare la loro base elettorale attraverso la creazione o la circolazione di teorie del complotto. In alcuni casi, la designazione di un colpevole aumenta il potenziale identitario di queste teorie, dal momento che federa un gruppo contro un nemico. Tuttavia, un elemento–chiave del successo delle teorie del complotto contemporanee, il quale le distingue dalla loro versione moderna e pre–moderna, è che esse non hanno più bisogno di un colpevole. Si potrebbe invece sostenere che il vero colpevole delle attuali teorie del complotto sia la maggioranza stessa, il *mainstream*, e tutti gli abiti che cristallizzano un consenso sociale.

6.5. L'eredità semio–etica di Umberto Eco

La semiotica non è uno strumento politico. I semiotici non dovrebbero impegnarsi pro o contro gli atteggiamenti culturali e sociali. Tuttavia, i se-

miotici che analizzano le società in cui essi vivono non possono chiudere gli occhi. Al contrario, essi devono mettere la loro metodologia al servizio della consapevolezza pubblica. Al momento, questa consapevolezza pubblica include anche il ruolo delle teorie del complotto nello sviluppo della società. Che tipo di società è quella in cui le teorie del complotto proliferano e legittimano i loro creatori, i quali accumulano, così, leadership simbolica e politica? Le conseguenze del prevalere di un'ermeneutica decostruzionista sono già state fatte notare: una collettività che non si doti di modelli inter–soggettivi e ragionevoli per il consolidamento degli abiti interpretativi è inevitabilmente caotica, una collettività in cui i conflitti costantemente sorgono e non vengono mai ricomposti.

Come è stato sottolineato in precedenza, però, il pensiero complottista e la decostruzione non sono la stessa cosa. Il primo è una versione grottesca della seconda, e porta a una sorta di dispotismo demagogico. Una società dominata da teorie del complotto, infatti, non è solo una società conflittuale, dove il pensiero tradizionale è continuamente minacciato da alternative complottiste. Più pericolosamente, una società del complotto è una in cui il potenziale inquisitivo della decostruzione viene disinnescato in modo sistematico. In effetti, una società in cui il pensiero tradizionale non è mai messo in discussione da eventuali visioni alternative, dallo smantellamento degli abiti interpretativi e dalla riattivazione della semiosi, è essenzialmente dispotica. I critici, e i semiotici tra loro, hanno il dovere di sfidare il pensiero e le credenze tradizionali. Quando ciò non accade, la società va alla deriva pericolosamente verso l'ermeneutica fondamentalista. Tuttavia, il problema delle teorie del complotto più in voga è che sfidano il pensiero tradizionale imponendo nuovi abiti interpretativi la cui costruzione, però, si presuppone che non conduca mai alla formazione di un'audience *mainstream*. In altre parole, le teorie del complotto sono versioni alternative della realtà il cui scopo non è quello d'introdurre un nuovo abito interpretativo condiviso, ma di prosperare in modo parassitario sulle spalle del pensiero ufficiale. I teorici del complotto non vogliono soppiantare gli *opinion leader* tradizionali, perché questa sostituzione eliminerebbe l'elemento–chiave della loro forza, che è la capacità di vellicare l'opinione pubblica con la prospettiva della segretezza. Il primo pericolo potenziale delle teorie del complotto consiste quindi nella loro tendenza a depotenziare qualsiasi tipo di visione alternativa della realtà. Le teorie del complotto pare introducano più libero pensiero nella società, ma in

realtà lo fanno rifiutando un quadro comunicativo comune intersoggettivo e ragionevole, trincerandosi in un'auto–indulgente posizione di minoranza. Esse contribuiscono, dunque, alla natura incrollabile delle versioni tradizionali della realtà. Per esempio, è molto probabile che la CIA sia ricorsa a metodi non convenzionali, discutibili, e talvolta illegali nel corso della storia; tuttavia, le teorie del complotto che accusano la CIA in realtà non ne minacciano la portata operativa; al contrario, contribuiscono al suo status d'indiscutibilità. La conseguenza peggiore che deriva da questo atteggiamento è che i colpevoli designati dalle teorie del complotto non possono essere difesi ragionevolmente, dal momento che sono accusati con argomenti che di solito sfuggono a qualsiasi controllo razionale. Ciò è particolarmente preoccupante se tali colpevoli non sono identificati nelle potenti istituzioni della società (il governo, i servizi segreti, la polizia), ma in minoranze quantitative o qualitative (gli Ebrei, gli Arabi, i migranti).

Quindi, la questione di determinare il ruolo e l'effetto delle teorie del complotto nella società si riduce alla necessità di distinguere tra teorie critiche e complottiste, tra ermeneutica decostruzionista ed ermeneutica del complotto. Tuttavia, tale distinzione non può essere fatta in termini di contenuti. Deve esserlo in termini di modelli argomentativi. Le teorie del complotto, cioè, non mostrano la loro natura in quello che dicono, ma in come lo dicono, nella retorica specifica che esse adottano per comunicare un alone di segretezza, creare un'élite simbolica, e riprodurre la separazione tra inclusi ed esclusi, che è strumentale per l'esistenza parassitaria degli stessi complottisti.

Qui sta il ruolo principale della semiotica: individuare le linee retoriche e argomentative attraverso le quali le teorie del complotto vengono create e alimentate nell'immaginario sociale. Nessun semiologo più di Umberto Eco ha fornito agli analisti culturali strumenti teorici sofisticati e potenti per portare avanti tale compito urgente.

Capitolo VII

*De clancularii*s: il discorso dell'anonimo[1]

Nullum est sine nomine saxum.

(Lucano, *Pharsalia*, IX, 973)

7.1. Definizione di anonimia

L'anonimia[2] designa l'insieme delle procedure che consentono a un autore empirico di emettere un messaggio cercando al contempo di eliminarvi intenzionalmente ogni traccia di sé che possa ragionevolmente ricondurre a un'identità socio–politica[3]. Tali procedure variano a seconda del tipo di messaggio, a seconda delle tracce del proprio autore empirico che esso normalmente contiene, a seconda delle tecniche semiotiche di cui il *lettore* empirico dispone per poter ricostruire, tramite la decodificazione del messaggio stesso, l'identità del suo autore empirico, ma variano anche a seconda dell'ide-

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del XXIV Congresso della Società Italiana di Filosofia del Linguaggio, Milano, Università Statale di Milano, 24–26 gennaio 2018, con lo pseudonimo di Sitti Maani; ringrazio gli organizzatori dell'evento per l'opportunità; la relazione è stata poi pubblicata, sempre sotto pseudonimo, come Maani 2019.

2. In questo saggio s'intende per "anonimia" il campo pragmatico generale della comunicazione senza autore, mentre per "anonimato" l'insieme degli effetti prodotti dalle procedure che pertengono a tale campo.

3. L'anonimia ha fatto oggetto di una letteratura consistente, la quale andrebbe tuttavia sviluppata con uno studio puntuale dell'anonimato nella comunicazione digitale. Per una ricognizione storica, Griffin 2003; con attenzione specifica alla letteratura inglese, Mullan 2007; sul ruolo dell'anonimia nella comunicazione digitale, Roesler 2007 e, più di recente, Stryker 2012 e Poletti e Rak 2014; sulle ricadute giuridiche dell'anonimia letteraria, Pabst 2011. Sull'anonimia esiste anche una bibliografia semiotica abbondante ma frammentaria: Eco 1984 commenta il celebre passo sulla lettera anonima e la sua interpretazione contenuto in Katz 1977:14; Finol 2014 verte sull'anonimato nell'opera letteraria di Saramago; Lorusso 2015 sul fenomeno Anonymous; sullo stesso fenomeno, e in generale sull'anonimato nel *deep web*, Thibault 2015; riferimenti alla semiotica dell'anonimato si trovano poi in relazione a formati di scrittura tipicamente anonimi, come i graffiti (Forgas Berdet 1993; Leone 2013). Il tema del segreto, affine a quello dell'anonimia, è tema di numerose pubblicazioni e ricerche nella semiotica contemporanea (Lozano 2012; Leone [2018] *Il sacro*).

ologia attraverso la quale, in una società determinata, si pensa e si gestisce l'identità degli individui. Concentrandosi su ciascuna di queste variabili si può elaborare un'articolazione del campo pragmatico dell'anonimia.

7.2. I formati dell'anonimia

Per quanto riguarda i messaggi, le procedure dell'anonimia sono tanto più giustificate quanto più il genere e il formato del messaggio sono soliti produrre un testo che contenga tracce del proprio autore empirico. Un graffito apposto sul muro di un edificio, per esempio, usualmente non colpisce per il proprio anonimato, in quanto l'impossibilità di risalire da questo testo all'identità socio–politica del suo autore empirico figura tra le caratteristiche che ne definiscono il formato. Nella maggior parte delle società contemporanee, l'anonimato dei graffiti non è un'eccezione ma la norma, tanto è vero che stupirebbe il contrario. Data la natura vagamente cospirativa di questa forma di scrittura, è implicito che risalire all'identità dei suoi autori empirici richieda competenze specifiche, appannaggio geloso di gruppi ristretti d'individui. Ne consegue che elementi extra–testuali, quali i filmati di una telecamera di sorveglianza, siano necessari ai più per attribuire un'identità socio–politica alla mano che ha sfigurato, con un graffito, la facciata di una chiesa. Ne consegue altresì che la relazione fra tipo di messaggio e anonimia sia soggetta a variazioni, solitamente di lungo periodo, dovute al mutare del rapporto che, in una comunità d'interpreti, si pone fra i testi che ricadono in un certo genere e la possibilità di ascriverli a un autore empirico.

7.3. Anonimia e autorialità

In molte culture antiche, per esempio, il fatto d'ideare un racconto, d'iscriverlo in un testo, e di farlo circolare all'interno di una società, non era strettamente legato alla possibilità di attribuire, a tale racconto, un autore. L'idea di autore letterario nasce nella storia e, come dimostrano gli esperimenti del Novecento, è anche soggetta a tentativi di soppressione. Molti testi dell'antichità, dalle sumere *Lamentazioni sopra la città di Ur* ai *Testi funerari* dell'antico Egitto, da *I Ching* alla *Vita di Esopo* giungono a noi na-

turalmente anonimi, e ricercare l'identità precisa del loro autore empirico, piuttosto che quella generica di un gruppo d'individui accomunati da un certo status socio–culturale, sarebbe un esercizio di fanta–filologia, ignara del fatto che l'idea stessa d'identità, e di legame fra persona e nome, muta anche radicalmente nel corso della storia.

Man mano che ci si avvicina alla modernità, infatti, e contemporaneamente si afferma il valore dell'autorialità di un testo, la percentuale delle opere letterarie anonime non solo si assottiglia, ma assume un'evidente connotazione politica. A ciò contribuisce in maniera evidente l'evoluzione delle tecniche di produzione dei messaggi. Con l'invenzione della stampa a caratteri mobili nel quindicesimo secolo, le procedure dell'anonimia e i loro effetti cominciano a proliferare, a partire dalle celebri pasquinate. Si potrebbe ipotizzare la presenza di una legge: più la tecnologia della comunicazione offre la possibilità di creare una distanza fra l'autore empirico di un messaggio e il suo autore modello, più si allarga il campo di possibilità dell'anonimato. Le culture orali difficilmente producono anonimie intenzionali. Tuttalpiù esse danno spontaneamente luogo alla circolazione di messaggi di cui non si conosca l'origine, come avviene, anche nelle società contemporanee, con le barzellette, i pettegolezzi, le voci, o le teorie del complotto. Anche in questi casi, tuttavia, non si conosce la fonte prima del messaggio ma si può certo attribuire un'identità socio–politica a chi lo fa circolare. Nei sistemi politici repressivi, per esempio, non sono gli autori delle barzellette anti–regime a essere perseguitati ma chi le racconta.

7.4. Anonimia e indicalità

Con l'invenzione della scrittura, invece, e ancor più con il perfezionamento delle tecniche di stampa, s'introduce la possibilità di una distanza fra l'autore empirico e il testo del suo messaggio, la quale semioticamente si traduce in una rarefazione degli indici che legano il primo al secondo. Come è noto, nella classica tipologia di segni di Charles S. Peirce, per "indice" si designa un tipo di segno nel quale il legame fra representamen e oggetto sia di contiguità insieme spazio–temporale e causale. Nelle culture orali, l'unico modo di produrre intenzionalmente anonimato è di offuscare i legami indicali fra il messaggio e la voce, ossia fra il testo e il corpo. Ciò tuttavia avviene di rado. Nel teatro greco, per esempio, il ruolo principale della maschera non

era certo quello di rendere anonimo il testo di una tragedia ma, al contrario, di consentirgli di essere impersonato. Maschere depersonalizzanti esistono nella storia ma emergono in contesti già abbondantemente segnati dalle pratiche di scrittura, per esempio i *capirotes* che, durante la *Semana Santa* spagnola, celavano e ancora celano l'identità dei penitenti.

L'invenzione della stampa diluisce ulteriormente il legame indicale fra autore empirico e messaggio, tanto è vero che, al fine di attestarlo, si mantiene fino ai nostri giorni l'uso di una firma corsiva, il solo segno che, nel contratto che apre un conto bancario, per esempio, attesti la contiguità spazio–temporale fra tale apertura e la presenza fisica del contraente, dalla quale si desume l'intenzionalità dell'atto. Con Gutemberg, dunque, si danno contemporaneamente la possibilità di una produzione decentralizzata su larga scala di messaggi, e la possibilità consustanziale di svincolare questi messaggi dall'identità socio–politica del loro autore empirico. La stampa a caratteri mobili diffonde la critica anti–clericale di Lutero ma consente anche all'autore del *Lazarillo de Tormes*, novella fondamentale del sedicesimo secolo spagnolo, di far circolare il proprio sarcasmo anti–clericale in forma anonima. Le procedure dell'anonimia cominciano allora a diventare sempre più intenzionali, e funzionali all'esigenza di diffondere, in seno a una comunità, contenuti culturali invisi al potere politico e religioso o, più in generale, contrari agli assetti ideologici della maggioranza e, per ciò stesso, passibili di censura. Inizia altresì una competizione essenzialmente tecnica fra i modi attraverso cui si rendono anonimi i testi, recidendovi le marche indicali che consentirebbero di ascriverli a un autore empirico, e le pratiche censorie, le quali invece cercano di ricostruire tali marche, o di impedirne la cancellazione.

7.5. Anonimia e censura

Pubblicare un pamphlet politico nel Settecento, per esempio, consentiva all'autore empirico di restare anonimo dietro l'impersonalità dei caratteri a stampa, ma non elideva mai del tutto la necessità della scrittura a mano, dei legami con l'editore e delle operazioni di quest'ultimo per stampare e diffondere il libello. Data l'impossibilità di risalire dalla pagina stampata al suo autore empirico in assenza di marche di autorialità, il potere censorio si sposta dall'emittente al canale, responsabilizzandolo e censurando le

case editrici. Allo stesso tempo, proprio con l'affermarsi dell'anonimato come tecnica di comunicazione sovversiva, comincia a costituirsi un circolo a volte virtuoso, a volte vizioso, fra anonimato, segreto, e attenzione. Quando nel 1775–76 Thomas Paine diede alle stampe anonimo il suo pamphlet indipendentista *Common Sense*, che è probabilmente il libro più venduto della storia statunitense, la diffusione straordinaria del testo si dovette essenzialmente alle idee incendiarie che esso propugnava, oltre che allo stile dirompente con il quale le esprimeva, ma si debbe pure alle condizioni pragmatiche stesse dell'anonimato. Comincia ad affermarsi quell'implicito secondo cui, siccome spesso le idee sconvolgenti vengono espresse in forma anonima perché sono troppo in contrasto con lo statu quo, è sufficiente far circolare delle idee qualsiasi in forma anonima per attirare su di esse l'attenzione e alimentare inoltre la presupposizione che si tratti di contenuti altamente sconcertanti, forieri di novità sbalorditive.

Il 25 gennaio 2011, per esempio, la prestigiosa casa editrice statunitense Simon & Schuster diede alle stampe in forma anonima *O: A Presidential Novel*, un romanzo a chiave che prometteva di rivelare gli inimmaginabili retroscena della campagna elettorale per la rielezione di Barack Obama. Michiko Kakutani, feroce critico letterario di punta del New York Times, sagacemente scrisse, in un articolo del 20 gennaio 2011, "much of what passes for inside knowledge in these pages would be known to anyone who's read a bunch of campaign accounts, subscribed to Mike Allen's 'Playbook' or watched 'Morning Joe'" (2011: online).

7.6. L'anonimato di massa

Se l'invenzione della stampa a caratteri mobili facilita l'avvento dell'anonimato d'élite, ossia quello attraverso cui una minoranza ristretta della società critica il potere e al tempo stesso si protegge dalla sua rivalsa potenzialmente violenta, l'introduzione della scrittura digitale conduce allo svilupparsi di ciò che si potrebbe definire un *anonimato di massa*. La semiotica si è soprattutto interrogata sull'autore e sul lettore modello; giustamente: questa disciplina non essendo una scienza filologica o psicologica, s'interessa di pattern culturali per la manifestazione e l'interpretazione di contenuto semantico, non dei corpi e delle menti specifici che lo producono o lo ricevono. Una riflessione semiotica sull'autore empirico è tuttavia

sempre più urgente, anche e soprattutto alla luce dell'attuale evoluzione delle sue condizioni di esistenza.

7.7. Anonimia ed empiria

Designare un individuo o un gruppo d'individui come l'autore empirico di un messaggio in ultima analisi significa stabilire un nesso causale fra un testo e una mente installata in un corpo. Identificare questo plesso mente–corpo che dà origine a un messaggio come autore empirico significa che vi è almeno una condizione spazio–temporale nella quale si produca una relazione indicale, e dunque di contiguità fisico–causale, fra questo plesso e il messaggio. L'autore empirico è tangibile, occupa un luogo nello spazio e una durata nel tempo, e come tale è distinguibile da altri corpi e dalle loro menti; è, pertanto, associabile a una riconoscibilità sociale e, di conseguenza, a un'identità politica. I modi per distinguere gli individui in un gruppo sociale cambiano a seconda delle culture, delle epoche storiche e dei sistemi politici, e tuttavia la pratica di tale distinzione è una costante antropologica: anche nelle comunità meno individualiste, riconoscere qualcuno e distinguerlo dagli altri è un'esigenza primaria, la quale poi, nelle comunità che assurgono al rango di società o di stati, si organizza burocraticamente.

La mia carta d'identità non è altro che un insieme di segni i quali mirano a certificare la mia unicità e distinguibilità attraverso marche simboliche, come l'indicazione della mia professione, attraverso marche iconiche, come la mia foto, e attraverso marche indicali, come la mia firma. Questa, in particolare, quella apposta sulla carta d'identità o quella depositata presso l'ufficio che me l'ha rilasciata, non è importante tanto per la sua unicità grafica, facilmente falsificabile, quanto per la significazione indicale che essa racchiude: nel giorno x, all'ora y, nell'ufficio z della città q, il mio corpo è stato riconosciuto come socialmente unico e distinguibile da ogni altro.

Chi produca intenzionalmente un messaggio che desideri far circolare anonimo in una semiosfera, cerca di proposito di eliminare tutte le marche simboliche, iconiche, e indicali che possano far risalire alla propria identità di autore empirico. Chi scrive una lettera minatoria anonima non lo fa evidentemente di proprio pugno, e chi dà alle stampe un libello ir-

ritante per le convinzioni politiche o morali dei più tenta di nascondere le tracce che legano questo autore empirico a un agente letterario, a una casa editrice, a un indirizzo postale o a un conto bancario.

7.8. Forme dell'anonimato contemporaneo

Permangono, nelle società contemporanee, forme di anonimato il cui scopo principale è quello di proteggere l'autore di un messaggio sovversivo dalla repressione del potere: gli attuali dissidenti politici iraniani sia in patria che all'estero, per esempio, fanno circolare molto spesso in maniera anonima, sovente attraverso l'uso di pseudonimi, i propri contenuti. Molti studenti iraniani all'estero posseggono una pagina Facebook nella quale si mostrano con la loro identità socio–politica di autori empirici, e un'altra pagina pseudonimica, nella quale immettono contenuti che si suppongono invisi al regime.

Accanto a questo anonimato *protettivo*, tuttavia, prolifera anche un anonimato *seduttivo*, il cui scopo è quello di aggiungere valore a un contenuto culturale attraverso il guizzo erotico della secretazione. L'autore empirico che produce i romanzi attualmente in commercio con lo pseudonimo di Elena Ferrante, per esempio, non ha probabilmente alcun motivo politico per dissimulare la propria identità, se non quello un po' cliché di voler sfuggire alla spettacolarizzazione dell'autore empirico che il mondo letterario eserciterebbe a supposto detrimento delle opere. In questo caso, il risultato dell'anonimato dietro pseudonimo è dunque paradossale, alimentando una spasmodica curiosità verso l'identità dell'autore empirico stesso, di cui effettivamente si arriva a discutere molto più che delle sue opere.

La vera novità introdotta dalla comunicazione digitale non è però né quella dell'anonimato protettivo, che esiste almeno dai tempi delle pasquinate, né di quello seduttivo, attestabile sin dagli albori della comunicazione di massa, ma di un anonimato che si potrebbe definire *aggressivo*. Alcune condizioni tecniche ne facilitano l'insorgenza: chi oggi scriva un commento su Facebook lo fa attraverso una serie di segni simbolici che solo un filo sottilissimo, tortuoso, e perlopiù invisibile lega a un autore empirico. Il dipanarsi di questo filo cambia a seconda delle legislazioni nazionali, ma in generale dietro il commento vi è un autore munito di un'i-

dentità unicamente digitale, la quale tuttavia di solito si àncora a un numero di cellulare, il quale a sua volta corrisponde a una scheda telefonica il cui rilascio è avvenuto dietro presentazione di un documento d'identità e, di nuovo, a seguito del deposito di una firma. Dietro il rabido commento razzista dentro questa o quella pagina Facebook vi è dunque pur sempre un autore empirico, ma la traccia indicale che lo lega al messaggio è labile, sperduta in qualche negozio di telefonia chissà dove.

7.9. L'anonimato aggressivo

Il problema principale della distanza indicale fra testo digitale anonimo e suo autore empirico, però, non risiede tanto nello scollegamento tecnico fra l'uno e l'altro, che pure ne è una condizione tecnologica essenziale, ma nella percezione soggettiva di esso. La maggior parte degli internauti, e forse soprattutto i più giovani, percepiscono le proprie azioni online, e in particolare quelle nei *social networks*, come assolutamente dissociate dalla propria identità socio–politica, come se il legame fra ciò che essi scrivono o postano e la loro unicità e riconoscibilità empirica di autori fosse di natura puramente simbolica, e non indicale come di fatto necessariamente è, sia pure attraverso tutti i filtri della burocrazia digitale.

A questa fenomenologia della dissociazione contribuisce anche un effetto dovuto alle particolari condizioni nelle quali i messaggi digitali sono solitamente prodotti. Da un lato, la maggior parte degli internauti è fisicamente da sola, immersa nello schermo del proprio computer, o sempre più del proprio cellulare, quando produce un messaggio da immettere poi nella semiosfera digitale. Dall'altro lato, a questa solitudine fisica si accompagna spesso il sentimento di un'enunciazione moltitudinaria, nella quale la coscienza della propria individualità di autori empirici è smorzata da una sensazione di fondo, più emotiva che cognitiva, quella di sentirsi costantemente attorniati da una molteplicità, financo da un'infinità di altri enunciatori, rispetto ai quali e in mezzo ai messaggi dei quali il proprio non solo è sempre a rischio di perdersi, ma si concepisce sin dall'inizio come una voce mischiata a quella di una folla.

Questa enunciazione moltitudinaria in versione digitale produce nella comunicazione alcuni degli effetti distorsivi già individuati e descritti da Elias Canetti in *Mass und Macht* in relazione al cambiamento del compor-

tamento umano in seno a una folla. Come in una massa di voci enuncianti, così anche in internet i messaggi alzano continuamente il tono per distinguersi, e tuttavia, a differenza che nella folla vera e propria, nella ressa digitale queste voci si sentono contemporaneamente circondate da una miriade di altre voci e staccate dalla propria origine empirica. Ne deriva un'alterazione del tono sia cognitivo che emotivo che pragmatico del linguaggio nel segno di un anonimato aggressivo di massa.

7.10. Anonimia e delazione

Modalità aggressive di anonimato si manifestano lungo tutto l'arco della storia, e non solo sotto forma di critica al potere repressivo da parte della voce fuori dal coro timorosa di una possibilità di persecuzione. Anche nella delazione, infatti, si adottano spesso varie procedure di anonimia, le quali tuttavia sovente non sono finalizzate a colpire un potere tirannico a vantaggio dei più deboli, ma a colpire i più deboli a vantaggio di un potere tirannico. In questo caso, l'anonimato salvaguarda sì il delatore dall'astio dei suoi simili, ma gli consente altresì di continuare indisturbato la propria attività di spia e accusatore vigliaccamente segreto. La delazione può sia rivelare l'identità di un potenziale oppresso smascherandone subdolamente l'identità, come accadeva quando i delatori fascisti denunciavano alle autorità gli ebrei che si nascondevano o dissimulavano la propria identità etno–religiosa, ovvero può creare le condizioni di un'oppressione facendo circolare voci infondate sul conto di qualcuno.

Il cosiddetto fango mediatico di cui tanto si parla oggi consiste in una sorta di delazione di massa, nella quale una moltitudine di voci, protette da un blando anonimato digitale, scollegate dalle proprie condizioni fisiche di enunciazione, e tuttavia percepite come facenti parte di una specie di coro da stadio virtuale, producono e riproducono dicerie nefande a discapito di questo o quel malcapitato. Nella sua forma più deleteria, l'anonimato aggressivo di massa si trasforma in branco, dando luogo a tutta una fenomenologia della violenza verbale digitale che include, fra l'altro, le pratiche del trolling, una forma di sadismo virtuale collettivo che sarebbe impossibile senza le attuali possibilità tecniche di anonimia digitale.

7.11. I giga di Gige

Sin da quando si attestano forme di comunicazione anonima, le condizioni pragmatiche di un'enunciazione di questo tipo cambiano il tono del messaggio che essa produce. Ma un cambiamento dirompente nella relazione fra anonimato e linguaggio si manifesta con l'avvento di una comunicazione anonima prevalentemente digitale. In passato, nelle diverse epoche dell'anonimia che si sono sia pur grossolanamente descritte in questo saggio, l'anonimato era, in generale, l'effetto pragmatico di un contenuto semantico. Si voleva criticare il potere politico o religioso senza subirne la potenziale persecuzione *ergo* si adottavano le tecniche all'epoca disponibili per recidere il legame indicale fra autore empirico e messaggio. Con l'avvento della comunicazione digitale, tuttavia, e cioè di una condizione in cui l'anonimia non è un'eccezione ma piuttosto la regola, e anzi gli sforzi maggiori vanno non nel senso del tentativo di dissimulare i legami indicali fra autore empirico e messaggio, ma in quello opposto di certificarli (firma digitale, certificati virtuali, PEC, ecc.), la relazione d'influenza fra anonimia e linguaggio si ribalta.

Vi sono ancora, sì, casi in cui l'anonimato viene appositamente cercato per proteggere gli autori empirici di pratiche invise al potere, pratiche il cui ampio spettro va dalle critiche dei dissidenti ai commerci dei trafficanti, e tuttavia nella maggior parte dei casi non è il contenuto semantico del messaggio che s'intende veicolare a dare luogo a una ricerca di anonimato, ma al contrario è la condizione pragmatica dell'anonimato di massa sopra descritto a indirizzare e a mutare, talvolta radicalmente, il contenuto semantico dei messaggi. Nell'anonimato pre–digitale io sono l'autore empirico di un messaggio potenzialmente scabroso e, dunque, mi nascondo; nell'anonimato digitale, invece, io sono nascosto, o perlomeno mi percepisco come tale e, quindi, divento l'autore empirico irresponsabile di un messaggio potenzialmente scabroso. Non è forse azzardato sostenere che l'affievolirsi dei legami e delle tracce indicali fra autori empirici e messaggi stiano trasformando il discorso pubblico digitale nel segno dell'irresponsabilità pragmatica.

Mentre la scienza e la tecnica si occupano di giga, la filosofia del linguaggio dovrebbe allora preoccuparsi sempre più di Gige,[4] il sovrano lidio

4. La letteratura sull'argomento è vastissima; un utile punto di partenza sono i saggi di Kirby Flower Smith (1920).

cui Platone, nella *Repubblica*, rifacendosi a un mito preesistente, attribuisce il mitico anello capace di rendere invisibili, e discute la questione se, in ultima analisi, ciò che impedisce agli uomini di commettere il male non sia altro, in fondo, che la possibilità di essere scoperti.

Con l'avvento della comunicazione digitale, il sovrano non è più il solo depositario dell'anello; tanti piccoli anelli di Gige si moltiplicano sulle dita che tasteggiano quotidianamente i loro messaggi.

È forse tempo di rileggere Platone e di occuparsene.

Capitolo VIII

De autochthonibus: il discorso del nativo[1]

We are all creatures of the stars.

(Doris Lessing [1979] *Colonised Planet 5: Shikasta*)

8.1. La Grecia fuori dall'Europa

Come è noto ai classicisti e agli storici dell'Europa e del suo nome, la prima menzione di questo termine abbinata a una designazione geografica si trova ai versi 247–51 dell'*Inno omerico* ad Apollo Delio, risalente al VII–VI secolo. Recita il testo:

> Τελφοῦσ᾽, ἐνθάδε δὴ φρονέω περικαλλέα νηὸν / ἀνθρώπων τεῦξαι χρηστήριον, οἵτε μοι αἰεὶ ἐνθάδ᾽ ἀγινήσουσι τεληέσσας ἑκατόμβας, / ἠμὲν ὅσοι Πελοπόννησον πίειραν ἔχουσιν / ἠδ᾽ ὅσοι Εὐρώπην τε καὶ ἀμφιρύτας κατὰ νήσους. (Autore anonimo, *Inno omerico* ad Apollo Delio, 247–51)

La diffusa traduzione inglese di Hugh G. Evelyn–White lo rende come segue:

> Telphusa, here I am minded to make a glorious temple, an oracle for men, and hither they will always bring perfect hecatombs, both those who live in rich Peloponnesus and those of Europe and all the wave–washed isles, coming to seek oracles. (*Homeric Hymn to Delian Apollo*, 247–51, trad. inglese Hugh G. Evelyn–White)

Questo passo interessa per numerosi aspetti. Prima di esaminarli, tuttavia, è utile osservare che, in una delle prime traduzioni italiane novecente-

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del convegno "Humanities for Europe", organizzata da Labont presso l'Università di Torino il 14 dicembre 2017; ringrazio Tiziana Andina e Maurizio Ferraris per l'opportunità; tale versione è stata poi pubblicata come Leone (2018) *La Grecia*.

sche dell'*Inno*, quella di Ettore Romagnoli del 1914, il termine "Europa" vi scompare. Ecco di nuovo il brano succitato, nella versione italiana:

> Telfúsa, io voglio qui costruire un bellissimo tempio,
> dare i responsi qui per gli uomini; e gli uomini sempre
> aduneranno qui per me le compiute ecatombi,
> quanti han dimora nel suolo del Peloponneso ferace,
> quanti nel continente, nell'isole cinte dal mare,
> che canteranno qui responsi. Veridici a tutti
> oracoli io darò, profetando dal ricco mio tempio. (Autore anonimo, *Inno omerico ad Apollo Delio*, 247–51, trad. italiana Ettore Romagnoli, 1914)

La ragione di questa scomparsa è semplice: agli occhi del traduttore, risultava bizzarro mantenere una versione letterale, sul modello di quella inglese, la quale distinguesse, nell'enumerazione geografica delle regioni provenendo dalle quali gli uomini si sarebbero adunati a Telfúsa per compiere ecatombi, quelli che vivono nel ricco Peloponneso da quelli che vivono in Europa, giacché nel frattempo la storia terminologica e concettuale di questa designazione geografica ne aveva mutato decisamente i connotati rispetto al tempo in cui era stata usata per la prima volta.

Questo mutamento, però, pur così consistente, e pur così centrale per comprendere la storia dell'ideologia della nozione di Europa, sfugge oggi completamente ai più, e anzi la sua invisibilità è fondamentale nella costruzione dell'idea di Europa in seno alla semantica popolare come anche nei media.

A ben leggere il testo dell'*Inno omerico*, in effetti, non si può non coglierví un evidente implicito: il Peloponneso non è Europa, e l'Europa non è il Peloponneso. L'autore greco, al contrario del traduttore italiano, non vede l'Ellade come parte dell'Europa, né la vede come parte dell'Asia, bensì pare concepirla quale centro geografico e soprattutto discorsivo a partire dal quale è possibile non solo articolare lo spazio geografico e culturale, ma anche, come avviene nel brano citato, progettarvi una confluenza di qualche tipo.

Il secondo aspetto importante da sottolineare è che, nel testo in cui con ogni probabilità si menziona per la prima volta la designazione geografica "Europa", lo si fa per esprimere il progetto di una convergenza sacrale, dell'approntamento di un luogo nel quale genti provenienti tanto dal Pe-

loponneso, tanto dalle isole, tanto dall'Europa, vale a dire dai territori a Ovest del Mar Egeo, potranno compiere ecatombi.

8.2. La Grecia sopra l'Europa

In un testo successivo, fondamentale per ricostruire la storia dell'ideologia soggiacente al concetto di Europa, vale a dire nelle *Storie* di Erodoto (libro IV, paragrafo 38), risalente al 440 prima dell'era cristiana, l'impressione che l'Europa sia concepita come una plaga geografica esterna al centro ellenico del discorso geografico e ordinatore viene in qualche modo confermata. Il lungo passaggio, assai celebre, nel quale Erodoto discetta sui confini d'Europa, è anch'esso rilevante per più aspetti.

> L'Europa, invece, è rimasta evidentemente sconosciuta a tutti: si ignora se a est e a nord sia circondata dal mare; si sa però la sua lunghezza, che è pari a quella degli altri due continenti insieme. Non riesco a comprendere perché per una terra sola ci siano tre nomi diversi, derivati da donne, e perché le furono imposti come confini i fiumi Nilo d'Egitto e Fasi di Colchide (altri indicano il Tanai della Meotide e il guado dei Cimmeri); né sono riuscito a sapere chi abbia fissato questi confini e da dove ricavò i nomi. Molti Greci affermano che la Libia è così chiamata dal nome di una donna del luogo; a sua volta Asia sarebbe stato il nome della moglie di Prometeo. L'appellativo Asia per altro se lo rivendicano i Lidi sostenendo che deriva da Asio figlio di Coti figlio di Mane, e non dall'Asia di Prometeo; da questo Asio avrebbe preso nome anche la tribù Asia, a Sardi. Quanto all'Europa, come nessuno sa se è circondata dal mare, così nessuno sa né da dove abbia preso il suo nome né chi sia stato a imporglielo, a meno di sostenere che lo ricavò da Europa di Tiro; prima dunque non avrebbe avuto nome, come gli altri continenti. Ma Europa sicuramente era di origine asiatica e non giunse mai nel nostro continente, quello ora detto Europa dai Greci: si limitò a passare dalla Fenicia a Creta, e da Creta in Licia. E qui si arresti il mio discorso: noi ci serviremo dei nomi tradizionali. (*Le storie di Erodoto*, trad. italiana di Augusta Izzo D'Accinni, Libro IV, 45)

Questo lungo ma pregnante brano conferma la configurazione del punto di vista geografico–articolatorio già riscontrato nell'*Inno omerico*: l'istanza enunciativa manifestata non guarda all'Europa dall'interno, bensì dall'esterno, alla pari con le altre macro–plaghe geografiche dell'Asia e della Libia,

ponendosi al di sopra del livello al quale questa segmentazione ha luogo e prende forma. Interessante conseguenza di questo sdoppiamento è che non solo la segmentazione, bensì anche la denominazione di tali continenti appare all'autore del tutto arbitraria e finanche ingiustificata. Perché scegliere tali nomi e non altri? E perché prediligere certi confini naturali piuttosto che altri? Sembra che, per Erodoto, sia evidente che solo l'Ellade si stagli significativamente sullo sfondo della geografia del pianeta, mentre i territori che la circondano, o piuttosto che concettualmente le sottostanno, non presentino in realtà alcuna soluzione di continuità. A ciò si aggiunge la perplessità di avere denominato il continente europeo con il nome di un personaggio mitologico asiatico, che mai vi mise piede. La sola conclusione ragionevole cui Erodoto può giungere avendo adottato tale prospettiva è che è per pura consuetudine che nome e confini d'Europa vanno tramandati, anche perché, come attestano in modo vivido le battute iniziali di questo brano, Erodoto pare avere un'idea molto vaga dei confini fisici dei continenti, e soprattutto di quello europeo, e di non sapere, per di più, come o dove reperire informazioni più complete e attendibili al riguardo.

A questo proposito, in uno studio del 1800, intitolato *The Geographical System of Herodotus, Examined; and Explained, by a Comparison with those of other Ancient Authors, and with Modern Geography* (Londra: W. Bulmer), James Rennell sottolinea che, al contrario di autori come Strabone, Plinio il Vecchio, Diodoro Siculo, e altri, secondo i quali il fiume Tanais, l'odierno Don, separerebbe l'Asia dall'Europa, laddove l'Africa sarebbe racchiusa fra il Nilo e le Colonne d'Ercole, e l'Asia fra il Nilo e il Tanais (come attesta Polibio), Erodoto, dal canto suo, tendeva a estendere il confine d'Europa a est fino ai limiti della sua conoscenza, topologicamente collocando l'Asia al di sotto, piuttosto che a Oriente, dell'Europa.

È soltanto tenendo conto di questa topologia immaginaria che si può capire come essa faccia da sostrato geografico a una concettualizzazione antropologica, la quale a sua volta influenza la concezione dei confini geografici.

8.3. La Grecia fra Europa e Asia

Se ne coglie una manifestazione evidente in un altro celebre passo, nel settimo libro della *Politica*, in cui Aristotele, quasi elaborando un corrispetti-

vo politologico alla topologia geografica di Erodoto, definisce il carattere dei Greci non all'interno di quello europeo, né all'esterno di esso, ma alla confluenza del carattere europeo e di quello asiatico. Come l'*Inno omerico* prima, e in seguito la dissertazione di Erodoto, attribuivano al punto di vista e di discorso dei greci uno statuto di privilegio, il quale comportava altresì la possibilità d'immaginarlo come base per progettare una convergenza di culto e di sacrificio, così Aristotele suggerisce la perfezione del carattere greco proprio nel segno della complementarietà che vi si riscontra tra due caratteri i quali invece, presi isolatamente, sono politicamente imperfetti. Ecco il brano in questione, in una traduzione inglese corrente:

> Imperocché le genti, che abitano nei luoghi freddi, e nella Europa, sono animose, e mancano d'arte, e di discorso; onde tali si mantengono più in libertà, ma vivono senza ordini, e non possono acquistare troppo imperio. Ma quelle, che abitano l'Asia, sono di più intelletto, e hanno l'animo atto alle arti; ma sono di poco cuore, onde tali sopportano agevolmente di stare sottoposte. Ma la gente Greca è mezza infra questi luoghi, e così viene a partecipare dell'una cosa, e dell'altra; perché ell'abbonda di cuore, e d'intelletto. (Aristotele, *Politica*, Libro IV, 7, trad. italiana di Bernardo Segni)

Questo passo, abbondantemente commentato, non interessa qui tanto per le specificità delle sue analisi temperamentali, quanto per la topologia politologica che esprime, una topologia in cui la Grecia non è nell'Europa ma sopra l'Europa, e addirittura deve la sua perfezione spirituale al fatto di partecipare sia dell'indole di questo continente sia di quella del continente asiatico.

8.4. La Grecia a difesa dell'Europa

Vicende storiche e politiche molto note, tuttavia, hanno fatto sì che questo equilibrio fosse in realtà trasformato in una tensione sia politico–militare che assiologica con due centri anziché uno solo: come scrive lo stesso Erodoto in un altro passo delle *Storie*, nel primo libro, paragrafo quarto: "In effetti essi considerano loro proprietà l'Asia e le genti barbare che vi abitano e ben separate, a sé stanti, l'Europa e il mondo greco" (*Le storie di Erodoto*, trad. italiana di Augusta Izzo D'Accinni, Libro I, 4).

L'equilibrio di compartecipazione che Aristotele delinea nella *Politica* viene distorto dalla presenza, e dell'agentività, di un altro polo attrattore, la Persia, la cui presenza fa sì che il posizionamento greco si sbilanci in direzione dell'Europa.

Lo si capisce chiaramente in testi ove l'Europa viene menzionata con intenti polemici, come nell'orazione a Filippo di Isocrate, risalente al V–IV secolo, in cui con rammarico si esorta il lettore a: "Considerare la vergogna di sedersi pigramente e vedere l'Asia fiorire più dell'Europa e i barbari godere di una maggiore prosperità" (Isocrate, *Orazione a Filippo*, 132, trad. nostra).

Questo atteggiamento tuttavia non elimina del tutto l'equilibrio summenzionato, come si evince nell'orazione ad Archidamo: "Non è vergognoso che, quando abbiamo combattuto per gli altri, abbiamo riempito l'Europa e l'Asia di trofei, ma ora, quando il nostro paese è così apertamente indignato, non possiamo dimostrare di aver combattuto per esso una sola battaglia degna di nota?", (Isocrate, *Orazione ad Archidamo*, 54, trad. nostra).

8.5. Semio–geografia delle culture

Nei passi sopra citati e commentati, la Grecia immagina sé stessa fuori dall'Europa, sopra l'Europa, tuttalpiù alla confluenza tra Europa e Asia, o a difesa dell'Europa, ma mai dentro l'Europa. L'origine di questo atteggiamento semio–geografico è evidente: è solo dall'interno dei confini fisici e semio–linguistici dell'Ellade che può svilupparsi un discorso che articoli e ordini il mondo esterno, misurandolo, tracciandone i confini, segmentandolo e articolandolo, ma senza mai includervi la fonte stessa di questo esercizio di dominio simbolico del mondo.

Sarà solo in seguito, in effetti, a opera degli autori di epoca carolingia, che la classica dicotomia cristiana fra *Occidens* e *Oriens* verrà viepiù sostituita da quella fra Europa e Oriens, il primo termine essendo adottato allo scopo di sostituire e nobilitare quello di *Occidens*, il quale aveva preso a designare la cristianità dell'Europa del Nord ma rimaneva ancora connotato come religiosamente passivo o addirittura come sede di paganesimo e spiriti demonici (Fischer 1957). Se per gli autori della Grecia classica l'Europa era una plaga geografica e simbolica esterna al cuore del discorso, per gli

autori carolingi essa prese a coincidere con l'Occidente (cfr. l'etimologia accadica proposta da Ernest Klein, "il luogo del tramonto"), con quella regione al tempo stesso fisica e spirituale in cui si mescolavano la cristianità latina e quella germanica. In epoca carolingia, il nord diventa occidente, e l'occidente diventa nord. Di conseguenza, l'orienta diventa sud, e il sud diventa oriente. L'opposizione Europa–Asia e Grecia–Persia, inoltre, viene sostituita da quella Europa–Islam: il primo uso del termine "Europenses" designa le popolazioni cristiane della parte occidentale del continente, in riferimento alla Battaglia di Tours combattuta contro le forze islamiche (si veda la cronica attribuita a Isidoro Pacensis [31]).

Al di là di questo esempio, il quale peraltro segnala quanto siano fluttuanti i confini dell'Europa nel corso della storia di questo concetto e del suo nome, è importante sottolineare, da un punto di vista metodologico, che un approccio semio–geografico alle culture comporta studiarne i confini non solo attraverso un'analisi delle rappresentazioni cartografiche, bensì anche e soprattutto attraverso un'esamina di come i testi di una cultura ne delineano lo spazio geografico di riferimento attraverso la creazione di una mappa immaginaria, in cui si disegnano centri e periferie; polarità, tensioni, e assiologie; inglobamenti ed esternalità; posizionamenti e slittamenti; secondo dinamiche che si fondano, sì, sulla configurazione geografica del pianeta ma che al tempo stesso la influenzano e la trasformano attraverso una riscrittura simbolica del mondo e dei suoi confini.

Capitolo IX

De prophetis: il discorso dell'espatriato[1]

> The danger of memory is that it can turn anyone into a prophet.
>
> (Anthony Burgess [1980] *Earthly Powers*)

9.1. Breve semantica di una locuzione proverbiale

"Nemo propheta in patria" è una frase che tutti e quattro i Vangeli attribuiscono a Gesù. È stata variamente interpretata. Secondo i più, reagiva all'ostilità con cui i suoi insegnamenti venivano ricevuti a Nazareth. La frase è poi divenuta proverbiale, ma con accezioni diverse, che dipendono da come si concepiscono la funzione e il discorso profetico. Il profeta è, secondo una tradizione sia ebraica che greca, colui il quale si distacca dalla propria comunità per la capacità di leggere la realtà e prevedere il futuro con acume e lungimiranza fuori dal comune. Il profeta è colui che anticipa sia la visione che la descrizione di un corso di cose situato in un futuro lontano, invisibile ai più. Sul discorso profetico molto si è scritto, ma è evidente che esso debba consistere in uno sforzo retorico, capace di collegare un esistente futuro per certi versi inverosimile con le parole comuni di un gruppo. Il profeta non può limitarsi a previsioni banali, ma vaticinare un futuro per certi aspetti sconcertante. Il senso della frase "Nemo propheta in patria" si definisce in relazione a questa capacità. Il profeta resta spesso inascoltato proprio nella sua comunità di appartenenza perché, pur condividendone i segni, li interpreta in modo che è troppo nuovo, inac-

1. Una prima versione di questo capitolo, in lingua spagnola, è stato presentato in occasione del XVI Congresso Internazionale della Società Spagnola di Italianisti, Vitoria–Gasteiz e Bilbao, Spagna, 16–20 novembre 2016; ringrazio gli organizzatori per questa opportunità; tale versione è in corso di pubblicazione negli atti del convegno. Una versione in italiano è stata presentata presso l'Università per Stranieri di Perugia il 13 marzo 2017; ringrazio molto il Prof. Antonio Allegra per l'opportunità.

cettabilmente sorprendente. Ma l'incomunicabilità della profezia non si delinea solo in relazione al suo destinante, ovvero a colui che costruisce ed enuncia il messaggio profetico; essa si dipana anche nella relazione con il destinatario, il quale conosce il profeta, sa da quale contesto locale scaturiscono le sue creazioni, e per ciò stesso tende a sminuirne la portata, in base a un moto che è sì di invidia ma soprattutto di auto–rassicurazione. Com'è possibile, infatti, che si sia nati e cresciuti nello stesso luogo del profeta, ma senza condividerne minimamente la capacità di previsione? Il profeta dunque non è abile comunicatore in patria, come si direbbe con un'espressione oggi abusata, sia perché inventa un discorso troppo nuovo per la comunità di appartenenza, sia perché questa ne conosce e ne riconosce la fonte come troppo vecchia.

Nella storia di questa locuzione, il suo senso si è legato sempre più strettamente al successo, soprattutto nell'ambito della creazione artistica, letteraria, ma anche filosofica e accademica. L'estetica romantica ha infatti codificato l'idea del genio incompreso in stretta contiguità con quella del profeta inascoltato: il grande artista non è quello che riceve onori in vita e gode di un successo di critica e di pubblico ma piuttosto colui che, ignorato o persino disprezzato dai suoi, rifulge in tutta la sua genialità dopo che la morte, ma soprattutto uno sguardo altro, portato da una diversa comunità, ne hanno rivalutato i meriti a distanza sia di tempo che di spazio. La storia dell'arte, per esempio, ci consegna le biografie di numerosi artisti i quali in vita loro e nella loro stessa patria godettero di successo straordinario, accompagnato da fama e denari. E tuttavia, influenzati dall'episteme romantica, è subito a Van Gogh che pensiamo quando immaginiamo il profilo dell'artista ideale, e non a Rembrandt. Allo stesso modo, nella storia della semiotica, il fascino che un pensatore come Charles S. Peirce esercita sugli studiosi contemporanei si deve senza dubbio alle sue doti speculative, ma anche all'aura romantica che le circonda, con tutta una serie di aneddoti che ne raccontano le tristi vicende biografiche, l'incapacità di farsi ascoltare e apprezzare nel proprio tempo e luogo.

È, questo, un terzo elemento della semantica del "Nemo propheta in patria": il successo di questa locuzione è legato anche al fatto che consente, a chi la enuncia, di valorizzare la propria posizione di giudizio rispetto a quella che ha invece decretato l'infelicità del profeta inascoltato: quando proclamiamo che "nemo propheta in patria" stiamo in realtà implicitamente affermando che siamo noi la nuova patria illuminata dell'artista in-

compreso, la comunità di posteri lontana nel tempo e a volte anche nello spazio che riesce, invece, a cogliere la lungimiranza o la creatività dirompente di un progetto che, in vita dell'autore, fu destinato alla catastrofe.

Bisogna tuttavia distinguere fra le accezioni temporali e quelle spaziali della celebre frase. Da un lato, essa segnala semplicemente il fatto che il profeta, o l'artista o il filosofo, dovrà spostarsi in un'altra comunità, in un'altra cultura, e in un'altra lingua al fine d'incontrare il proprio pubblico. Sarà un incontro insoddisfacente, una sorta di "à part" teatrale, in quanto è sempre alla propria comunità che il profeta si rivolge, preoccupandosi di fatti e temi che la riguardano, ma è sempre da una comunità altra che egli o ella viene ascoltato e recepito, e le sue parole o creazioni vengono in un certo senso sempre distorte, applicate spesso proficuamente a un contesto cui non s'indirizzavano. Da questo punto di vista, la frase in questione segnala l'andamento beffardamente obliquo della storia culturale, del suo produrre novità e messaggi che, sorti spesso ai margini di una semiosfera, ne sono espulsi per poter riguadagnare un luogo, e a volte persino una centralità, in semiosfere confinanti o radicalmente altre.

Una seconda accezione di "Nemo propheta in patria", invece, designa questa topologia culturale obliqua, una sorta di mossa del cavallo fra semiosfere, non in relazione allo spazio ma rispetto al tempo. È necessario che la semiosfera evolva, e a volte persino che si stravolga, affinché il messaggio del profeta possa incontrare, nel proprio luogo e nella propria lingua, un pubblico di contemporanei. La profezia, infatti, presuppone sempre una contemporaneità dilazionata, che si forma nel momento in cui la profezia stessa perde il suo carattere anticipatore per rivelarsi specchio della realtà in fieri.

9.2. Profeti e profetucoli

Quale rapporto fra le topologie culturali evocate dalla frase "Nemo propheta in patria" è la supposta "italianità"? Si potrebbe infatti pensare che le dinamiche del senso collettivo appena descritte non siano precipue di uno specifico gruppo, tantomeno di una comunità linguistica o nazionale, ma siano invece caratteristicamente trasversali a tutti i gruppi umani, nel tempo e nello spazio. D'altra parte, se si pensa all'origine storica della frase, nel contesto di una koiné greca che racconta la genesi del Cristia-

nesimo in un contesto dominato dalla ideologia romana e dalla religione ebraica, non si può dubitare che essa sia assurta al rango di monito universale, slegato da condizioni geo–culturali specifiche. Vi è tuttavia qualcosa di quasi innaturale nell'immaginare la semantica di questa frase come in grado di applicarsi a contesti culturali per così dire "imperiali", per esempio alla semiosfera statunitense della seconda metà del Novecento. Certo, nella storia degli Stati Uniti del secondo dopoguerra non mancano clamorosi casi di profezie inascoltate, o di artisti che hanno riscontrato al di fuori dei confini nazionali un successo impensabile in patria. Il film *Looking for Sugar Man* (2012), per esempio, racconta la storia straordinaria di un cantante statunitense che vicende biografiche locali e condizioni geopolitiche globali rendono protagonista di un percorso incredibile, condannato all'anonimato in patria e allo stesso tempo protagonista a sua insaputa di un culto quasi idolatra nell'enclave musicale del Sudafrica.

A ben guardare, tuttavia, anche questa singolare vicenda sottolinea un elemento di fondo di quella che potrebbe chiamarsi la sindrome del "Nemo propheta in patria": Sugar Man è inascoltato in patria perché etnicamente membro di una minoranza ancora invisibile al marketing musicale, succube dunque di una condizione esistenziale che ne impedisce il successo a livello nazionale. L'ipotesi che qui si propone è dunque che tale sindrome sia particolarmente acuta in quelle comunità linguistico–culturali le quali si sentono ereditarie di un passato glorioso ma vivono il proprio presente, e presentono il proprio futuro, come un inesorabile declino, destinato allo smacco. In questo senso, la frase "Nemo propheta in patria" coglie una dinamica culturale per certi versi tipicamente italiana. Centro geografico di pagine decisive della storia culturale europea, in particolar modo come perno della latinità e come culla del Rinascimento — sebbene sia l'uno che l'altra, e soprattutto il primo, siano difficilmente ascrivibili a una supposta "comunità nazionale italiana" *ante litteram* — la cultura italiana spesso rappresenta sé stessa come depositaria di un passato glorioso, decisivo per le sorti della cultura europea come di quella mondiale. Al tempo stesso, questa immagine di grandezza è sempre vissuta, e in maniera crescente nel passaggio al secolo della crisi economico–sociale permanente, come un'età dell'oro lontana, inesorabilmente schiacciata da un'età del ferro, se non dello sterco, in cui il genio italico per così dire si smorza, o perlomeno rimane inascoltato.

Una delle caratteristiche più pervasive e insieme più fastidiose della cultura italiana contemporanea diviene allora la sua insopprimibile lamentosità, che si moltiplica nei mille rivoli della comunicazione online con i suoi piagnistei e le sue geremiadi disseminati in sterili *social networks* e con l'idea in filigrana che, superati o eliminati gli ostacoli che la pervicacia di questo o quel nemico, di solito un politico inviso, frappone al liberarsi delle intrinseche energie creative degli italiani illuminati, essi saranno in grado di riabilitare la memoria di Cicerone o di Michelangelo.

L'italianità contemporanea consiste anche nel basso continuo di questa lagnanza generalizzata, essenzialmente narcisistica, perché non si confronta mai con il presente e il luogo di una comunità concreta, con l'hic et nunc di una prova qualificante, ma definisce sé stessa o ciò che apprezza sempre nel segno di una profezia inascoltata, di un messaggio troppo alto perché il contesto attuale possa recepirlo. Questa sindrome acuta del "Nemo propheta in patria", questa versione socioculturale della malinconia infantile del bambino geniale e incompreso si moltiplica di continuo e prolifera anche perché diviene il centro di uno sfruttamento economico e mediatico incessante. Basta leggere la pagina web di qualsiasi quotidiano nazionale italiano oggi, anche dei più prestigiosi, per imbattersi in un pattern narrativo ricorrente. Lo si può riassumere con una formula: "X, geniale perché P, era inascoltato in Italia; ora il Paese Q finalmente scopre P e decreta il successo planetario di X". Questa formula ha così tanto successo mediatico perché offre una facile strategia d'identificazione e autocommiserazione alle tante frustrazioni perlopiù inoperose che la società italiana attuale alberga, le quali si riconoscono in questo racconto mitico dell'eroe incompreso riabilitato da un altrove proprio perché esso ne vellica e insieme giustifica il livore passivo: ecco, come me il profeta non è stato ascoltato in patria; anche a me basterebbe viaggiare nel tempo, o nello spazio, per poter incontrare un pubblico che sancisca il mio riscatto. Il desiderio di poter rifulgere agli occhi della propria comunità linguistica e nazionale attraverso i riflettori di una comunità altra, possibilmente dotata di maggiore prestigio in termini di connotazioni globalmente condivise, è fortissimo e generalizzato in tutti i campi di attività e a tutti i livelli di effettiva competenza. Oggi qualunque mozzo di cucina sogna di diventare un cuoco stellato passando per i fornelli di un prodigioso ristorante straniero.

La versione accademica contemporanea, dilagante in Italia, del "Nemo propheta in patria" si annida dunque nella delicata questione della "fuga

dei cervelli", rappresentata dalla maggior parte dei media come una situazione in cui migliaia di giovani talenti italiani, tutti geniali, sarebbero rimasti inascoltati nel loro contesto di origine e avrebbero invece trovato straordinario consenso al di là dei confini nazionali, e soprattutto nelle plaghe più danarose della ricerca internazionale. Pur fotografando certi aspetti indubbiamente dolorosi dell'impiego intellettuale in Italia così come nella maggior parte dei Paesi occidentali, le fattezze con cui questa sindrome viene rappresentata nel discorso mediatico hanno del grottesco; in primo luogo, dai *clerici vagantes* in poi, gli intellettuali si sono sempre spostati dal loro luogo d'origine, e lo hanno fatto non soltanto perché vi erano costretti per motivi politici, sociali, o economici, ma anche perché, molto semplicemente, familiarizzarsi con lingue e culture diverse non può che essere di stimolo all'immaginazione. In secondo luogo, non vi sono culture accademiche, se non forse quelle trincerate da regimi dittatoriali, in cui questa circolazione non avvenga in maniera fisiologica. Il problema di molti Paesi dell'Europa meridionale è tuttalpiù quello di non diventare "patria" per nessun profeta che venga dall'esterno, ma anche questa è una visione spesso distorta ed esagerata dei fatti. Vi è poi un terzo aspetto, il più delicato e controverso, che riguarda non tanto coloro che praticano le scienze esatte, ma gli artisti, i filosofi, gli umanisti, e in generale tutti coloro la cui attività è intrinsecamente legata all'uso del linguaggio.

Vi è infatti un aspetto della locuzione "Nemo propheta in patria" che era assai vivido nelle sue esegesi antiche e che invece scompare quasi totalmente nello sproloquio mediatico contemporaneo. Il fatto che il profeta non venga compreso in patria non vuol dire che egli o ella debba andarsene per essere ascoltato altrove. Questo indubbiamente succede, ma non è certo parte integrante della semantica e soprattutto della costruzione narrativa originale della proverbiale locuzione. Gesù fu forse largamente inascoltato e incompreso in patria, e tuttavia l'universale successo nella storia della sua proposta ideologica non fu legato al fatto che, di fronte a tale incomprensione, egli cercò una comunità che potesse invece riceverlo con entusiastica apertura. Il successo di questa proposta, invece, si deve largamente al fatto che il suo tragico insuccesso locale fu trasformato, attraverso complesse vicende storiche e culturali, in un mito globale e universale.

Il dovere etico del profeta è dunque quello di rimanere nella sua comunità di riferimento, non solo *sebbene* sia inascoltato ma anche *proprio in*

quanto inascoltato. La sua funzione etica oltre che culturale consiste esattamente nel provocare uno scandalo della ricezione, il quale produrrà rigetto o semplicemente indifferenza sulle prime ma col tempo, man mano che il mondo possibile ventilato dalla profezia o semplicemente l'universo linguistico e semiotico ideato dalla creazione si avvicina, andrà incontro a una trasformazione progressiva, a volte repentina, trasformando colui che era un paria nel centro di una semiosfera nuovamente ristrutturata. Il destino del profeta è infatti quello di rimanere inascoltato in patria, ma non di rimanere inascoltato tout court. Proposte etiche o estetiche di carattere profetico che non vengano mai raccolte semplicemente scompaiono dall'orizzonte culturale, non vi esercitano alcun impatto. Vi furono senz'altro pittori incompresi tanto quanto Van Gogh, eppure la storia ne ha serbato tracce labili, e infatti la loro proposta rimase inascoltata non perché fosse troppo dirompente, ma perché non lo era abbastanza.

Interrogarsi sull'italianità oggi significa anche porsi la questione spinosa se tutte queste piccole fughe di cuori e di cervelli, queste micro–profezie rancorose che lamentano un ambiente immaturo e ne cercano uno in un altrove utopico possano produrre, nel lungo termine, gli stessi movimenti tellurici nella semiosfera che altri grandi protagonisti della storia culturale del passato hanno sortito e in parte gestito anche attraverso l'accettazione dell'esilio o la pratica dell'autoesilio. Le forme dell'autoesilio sono molteplici, ma sono tutte caratterizzate da una tensione a volte insopportabile fra la lontananza geografico–culturale e la vicinanza linguistica. Chi sceglie di scrivere, dipingere, insegnare in una terra non sua perché non libero, o non libero fino in fondo, di solito non abbandona la speranza di un ritorno ma anzi continuamente lamenta nelle proprie opere il fatto che la lingua che si è appresa dall'infanzia, ma anche il linguaggio visivo che si è assorbito in una cultura, o finanche il sistema quotidiano delle interazioni e dei comportamenti umani sviluppato a contatto di una certa comunità, debbano essere trasferito in un altrove dove sono politicamente accetti ma eticamente ed esteticamente inerti. Altra invece è la scelta di chi, sentendosi un profeta inascoltato in patria, non soltanto sceglie di cambiare patria, ma in un certo senso di mutare anche profezia, adattandola al contesto di ricezione più favorevole.

La storia della letteratura mondiale annovera numerosi casi di scrittori che, allontanatisi dalla propria origine socioculturale, hanno abbracciato altresì una lingua altra, nella quale si sono espressi letterariamente e sono

riusciti a creare capolavori. A tutti verrà in mente il caso di Nabokov, il quale tuttavia dovette inventare lo stile artificioso che gli era proprio, e nel quale fu maestro, proprio a causa dell'impossibilità di rivolgersi alla propria patria letteraria. In generale, tuttavia, questa ed altre poche eccezioni sembrano confermare una regola culturale secondo cui il supposto profeta che si allontani dalla lingua della propria patria al fine di conseguire una ricezione più favorevole finisce con il diluire l'energia del proprio messaggio, ma soprattutto con l'adattarlo a un pubblico benevolente ma in fin dei conti anodino. La letteratura angloamericana contemporanea pullula di scrittori che, essenzialmente alla ricerca di una fama più ampia, negata loro nella lingua natia, hanno adottato l'inglese globale come mezzo di espressione. Essi conseguono spesso contratti editoriali sostanziosi, ma è lecito sospettare che questo successo economico, e l'attenzione di pubblico e soprattutto di critica che vi sono strettamente connessi secondo logiche più di marketing che letterarie, siano legati essenzialmente a una sorta di neo–orientalismo post–imperiale, al desiderio di addomesticare ancor prima che di tradurre la fantasia dell'altro. Questo passaggio alla lingua globale non è senza conseguenze dolorose, proprio perché esclude dal pubblico intimo della parola letteraria, ma anche della parola filosofica, coloro per i quali in realtà l'autore propone la sua incomprensibile parola profetica. Lo stesso dicasi per la creazione saggistica, o per quella artistica: chi aderisce in maniera irriflessa ai sistemi di significazione di una patria globale al fine di vedere la propria profezia finalmente valorizzata e ascoltata in realtà perde proprio quelle orecchie e quelli occhi per i quali l'istinto profetico nasce e si giustifica. Ne deriva una creazione decontestualizzata, slavata, prona alle mode del momento, un discorso letterario, accademico, e artistico che non mira più a provocare domande rispetto a un contesto preciso ma a suscitare applausi svogliati, alla lunga insignificanti.

Chi oggi abbandona le lingue nazionali per utilizzare un pallido inglese accademico, per esempio, ambisce a una ricezione più generale e incontrastata, ma di fatto abdica alla profondità della comunicazione accademica. Per quale motivo il sociologo italiano dovrebbe pensare i problemi e le questioni della propria comunità in una lingua che inevitabilmente ne orienta le risposte verso paradigmi essenzialmente alieni, che vengono assorbiti in maniera acritica, come se non comportassero tutto un retroterra di scelte e imposizioni ideologiche? Diversissimo è invece il caso di coloro

i quali, mal recepiti in patria o comunque nel loro contesto linguistico–culturale nazionale, scelgono l'esilio, e a volte anche l'esilio linguistico, ma non smettono di reiterare la propria risposta profetica. L'esempio più eclatante di questa dinamica nell'arco del Novecento è forse Joyce, che si auto–esiliò da un'Irlanda che gli era insopportabile ma che di fatto non scrisse che dell'Irlanda e agli irlandesi, inventando una lingua tutta sua per farlo. Questo non vuol dire che i profeti siano destinati alla località, ma significa invece che la loro universalità non può scaturire che dalla località, dal loro radicarsi e sradicarsi rispetto a un contesto culturale non astratto ma preciso, a un territorio storico–sociale. Autori come il sudafricano J.M. Coetzee, per esempio, hanno prodotto nella seconda metà del Novecento racconti e valori universali, spesso mal compresi nel loro contesto d'origine; hanno inoltre scelto, come nel caso di Coetzee, di non usare la propria lingua madre proprio perché divenuta oramai matrigna; e tuttavia l'universalità di un racconto come *Disgrace*, il fatto che così eloquentemente profetizzi sulla bruttezza morale che danna coloro che violano il senso più profondo dell'umanità, dipende proprio dal fatto che questo nuovo mito non è avulso da un contesto storico e politico–sociale ma vi affonda in profondità le proprie radici, trascendendolo profeticamente senza annullarlo.

9.3. Un monito

Non è ben chiaro se esista un'italianità, e comunque dal punto di vista dello storico e del teorico delle culture non può essere che una rete di tratti continuamente cangianti in base ai mutamenti storici e sociali, spesso demarcata da progetti politici arbitrari più che da naturali confini linguistici. Tuttavia, è forse opportuno ricordare che, per un paese costruitosi più a lungo come utopia che come progetto politico–sociale, costantemente specchiantesi nella ricostruzione mitica di un passato lontano, l'italianità è consistita spesso in questa sottile tensione nervosa che ha spinto molte voci a esprimere per un pubblico lontano nel tempo ma anche nello spazio la propria insoddisfazione e, al contempo, il proprio sogno di rivoluzione etica ed estetica. L'italianità si è costruita, forse nella sua versione migliore, come una profezia lanciata per un pubblico ancora inesistente, da luoghi e lingue spesso distanti, ma senza mai rinunciare al desiderio di una comunicazione costruita essenzialmente attorno a una comunità

di sensibilità linguistiche e culturali comuni. Chi oggi interpreta questo destino dell'italianità come un alibi per la fuga verso un altrove più propizio, dove coltivare l'illusione di una propria totale e indolore palingenesi, spesso nell'abbandono della lingua e della cultura proprie, tradisce forse il senso più profondo della locuzione "Nemo propheta in patria", la quale non è un invito a cambiare patria al fine di essere ascoltati, ma di cambiare la patria affinché essa, finalmente, ascolti.

Capitolo X

De profugis: il discorso del fuggitivo[1]

10.1. Fuga e narratività

La fuga reca in sé implicita, come ogni figura di movimento, una sintassi del distacco. I racconti eroici che proliferano nelle culture occidentali narrano dell'agone di un eroe che, attraverso la peripezia, cerca di ricongiungersi con la propria identità perduta o strappata. Nella fuga, ciò cui si dà valore non è il ricongiungimento con l'oggetto, bensì il distacco da esso. Vero è che, nella fuga, spesso a questo oggetto per così dire negativo se ne accompagna, in parallelo, uno positivo col quale ci si unirà, si spera, alla fine del movimento di distacco. Il focus narrativo, tuttavia, cade comunque sul primo slancio, quello che consente al soggetto di liberarsi dalla presa di una situazione spiacevole. Si potrebbe allora dire che, nei termini di quest'astratta sintassi del racconto, chi fugge non è solo soggetto, ma anche in qualche modo oggetto di un racconto. Una donna che cerca di sottrarsi a un marito violento attraverso un precipitoso abbandono, per esempio, è sì soggetto che, pur non avendo ancora chiara la visione di ciò che sarà, intende però con fermezza distaccarsi da ciò che è e ciò che è stato, ma è altresì oggetto nelle grinfie di un soggetto brutale. La comprensione della fuga necessita allora dell'adozione di questa prospettiva doppia: chi fugge è soggetto del fare, il cui scopo principale però rimane un non–essere, il non essere definito in relazione a un soggetto malevolo.

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del convegno "FUGA – Confine – Integrazione", tenutosi presso Villa Vigoni, Menaggio, Como, il 6 ottobre 2017; ringrazio molto per questa opportunità Nathalie Roelens, che sta curando la pubblicazione degli atti.

L'estetica della fuga, d'altra parte, non si coglie semplicemente in questa ossatura narrativa, la quale si ripresenta identica non solo nella fuga ma anche in ogni altro racconto di liberazione. Tale figura, in effetti, deve il suo profilo estetico non tanto al movimento, quanto alla temporalità, o come vedremo meglio, all'aspettualità del movimento. Se entriamo nel campo semantico della fuga, percepiamo immediatamente il peso di un'inerzia, quella che trattiene il soggetto nella situazione maligna, avvertiamo lo sforzo necessario per lo strappo, ma percepiamo soprattutto lo strappo in sé, la cui natura di movimento essenzialmente deriva da una configurazione temporale e aspettuale.

La temporalità, va sottolineato, non è la caratteristica definitoria della fuga. La situazione spiacevole cui il soggetto intende sottrarsi è necessariamente un presente, vale a dire un'ontologia tangibile, reale, dotata di pienezza fenomenologica. Rispetto a questo punto zero della fuga, però, essa può collocarsi nel futuro, come è più frequente, nel passato, come pure accade, e anche nel presente, sebbene di rado. Ciò che permane in questi movimenti, infatti, è il passaggio da un'ontologia piena ma sommamente sgradevole a una che ci si prefigura come più piacevole ma che ha i tratti sfuggenti del sogno, dell'illusione, o anche talvolta della reminiscenza e dell'astrazione. Si può intentare una semplice tipologia, che inevitabilmente è anche una topologia.

10.2. Fuga verso il futuro

Chi fugge può farlo verso una situazione futura. In questi casi è massima la speranza, ma è massima anche l'incertezza. Il futuro è, per definizione, una plaga temporale la cui ontologia è vuota. Non è dell'essere del futuro che ci si può appropriare, bensì del suo sembrare. Il futuro fa dunque oggetto di una semiotica. Chi fugge, ha in mente segni che rimandano a un mondo possibile migliore, i quali rischiano però di essere costantemente disattesi man mano che l'ontologia fantasmatica del futuro si tramuta in quella tangibile del presente. Dalla divinazione alle statistiche, tutti i discorsi sul futuro cercano di appagare l'ansia della fuga costruendo simulacri attendibili e collegandoli alla sfera dell'attuale. Tuttavia nessuno di questi discorsi, nemmeno quello della scienza, regala all'uomo la certa ontologia del presente. Il futuro è, per defini-

zione, ciò che non è ancora e che potrebbe inoltre non essere. Chi emigra, tanto per fare un esempio, abbraccia il carezzevole simulacro di una terra più prospera, ma si espone pur sempre alla cocente sconfitta esistenziale di un sogno irrealizzato.

10.3. Fuga verso il passato

Accanto a queste fughe del coraggio, allora, ve ne sono altre del ripiegamento, che si muovono invece verso plaghe temporali alternative. Una di queste è senza dubbio il passato. La nostalgia, il vintage, la reminiscenza sognante, e ogni altra forma di 'retrotopia' sono anch'essi espressione di una fuga dall'ontologia del presente, ma si sviluppano non verso il vuoto potenzialmente pieno del futuro, bensì verso il vuoto attualmente svuotato del passato. Si tratta di un rifugiarsi più che di un fuggire: se lo slancio verso il passato risulta più dolce rispetto a quello verso il futuro, ciò si deve alla consustanziale asimmetria dei due eoni temporali. Per fare un altro esempio, i giovani contemporanei fuggono dal presente come tutti i giovani di quasi tutte le epoche, giacché è nella loro stessa natura di negare lo stato presente; tuttavia, mentre i giovani futuristi dell'inizio del secolo scorso sfuggivano a un presente disdegnato prefigurandone uno in avanti fatto di macchine iperboliche e velocità, e mentre i giovani sognatori degli anni Sessanta si proiettavano idealmente verso il disegno di una futura libertà, i giovani contemporanei fuggono verso il passato o, per meglio dire, vi si rifugiano: nella sicurezza del vintage, per esempio. Chi oggi compra un tavolo danese degli anni Sessanta, invece di un tavolo contemporaneo, sta implicitamente fuggendo dal presente, ma non lo fa acquistando un tavolo dalle linee appunto futuristiche, uno che racchiuda in sé la promessa di un futuro più fulgido. Al contrario, chi compra il tavolo danese anni '60 fugge dal presente ricongiungendosi con ciò che potremmo chiamare, con una metafora linguistica, un "futuro anteriore": non si fugge verso un futuro di per sé incerto, ma ci si rifugia in un passato più o meno certo e nella sua idea di futuro. I giovani degli anni Sessanta guardavano al futuro; i giovani *millennials* si rifugiano nel futuro anteriore dei giovani degli anni Sessanta.

Anche il passato, come il futuro, esprime una semiotica, eppure è una semiotica diversa, basata sull'interpretazione di reliquie più che sulla co-

struzione di simulacri. Chi si rifugia nel passato ne raccoglie indici e icone, mentre chi fugge verso il futuro non può che costruirne simboli, i segni dell'evocazione e dell'incertezza.

10.4. Fuga verso il presente

Una terza possibilità è quella di fuggire verso il presente, o per meglio dire, nel presente. Gli esempi sono più rari ma non mancano: chi pratica gli esercizi della *fullmindedness*, o aderisce alla mistica *new age* dell'ora (*now*), fugge sia dall'onere di una proiezione verso il futuro, per definizione incerta, sia dalla malinconia di una retroproiezione verso il passato, la quale è meno incerta ma è anche ontologicamente meno soddisfacente, in quanto si lega non al poter essere del futuro ma al non esser più del passato. La fuga nel presente comporta invece un'astrazione. Io non placo la mia ansia esistenziale progettando il futuro, come succede alle società nelle fasi della loro storia culturale in cui sono giovani ed entusiaste, né la placo proteggendomi in un guscio di ricordi, come le società tendono a fare invece quando le loro culture invecchiano e perdono di vitalità, ma sedo tale intrinseco malessere umano, risultato della nostra stessa capacità d'immaginazione, tarpando questa facoltà medesima. La fuga nel presente è sempre una sorta di abbrutimento. Propagandata dalla retorica *new age* o da quella edonistica come una liberazione e una salvezza, essa è però sempre foriera di una *diminutio* esistenziale profonda. Al fine di rifugiarmi nel presente, io devo abdicare a quella stessa capacità di costruzione simulacrale che, se da un lato mi fa soffrire, dall'altro mi caratterizza in quanto umano. Non è un caso che le fughe nel presente si accompagnino spesso a un'esaltazione delle sostanze stupefacenti di ogni tipo, le quali consentono, appunto, di spegnere la propensione al progetto e di dilatare il presente come pura sensazione, come duratività estetica euforica.

10.5. Il pericolo degli estremi

Ogni società esprime una certa ideologia temporale e, di conseguenza, una certa attitudine alla fuga proiettiva, 'retroproiettiva', o stupefatta.

Allo studioso non compete stigmatizzare alcuna di queste dinamiche, ma sottolinearne la prevalenza e gli eventuali eccessi. Una società che non pensa che al proprio futuro, per esempio, spesso ripete errori madornali le cui tracce di devastazione sono peraltro visibilissime nel presente. Una società che non fa che rinserrarsi nel passato, un passato poi spesso non trovato ma inventato, come accade nelle grottesche genealogie populiste, è essenzialmente sterile. Ma anche una società esclusivamente assorbita dal presente è una società obnubilata, incapace di sfruttare le sue più profonde potenzialità e quindi sempre potenzialmente preda delle altrui futurologie. Il quadro delle ideologie temporali si completa sottolineando che l'ossessione verso il futuro, verso il passato, o verso il presente può essere poi sempre sia euforica che disforica, con frequenti fenomeni di simmetrie e complementarietà fra le plaghe temporali: chi si rifugia verso un ovattato passato, per esempio, simultaneamente proietta una carica disforica verso il futuro e verso il presente. Queste simmetrie però contemplano anche possibili eccezioni, per esempio quelle di culture interamente assorbite da un passato doloroso e catastrofico di cui esse però non riescono a elaborare il lutto, rimestandovi di continuo in una sorta di masochismo temporale.

Non bisogna poi trascurare il fatto che, accanto a questa semplice tipologia tripartita delle ideologie temporali, lo schema delle attitudini culturali rispetto al tempo si complica con l'introduzione dell'aspettualità.

10.6. Aspettualità della fuga

In linguistica, lo studio dell'aspettualità deriva dalla constatazione che molte lingue, per esempio quelle indoeuropee, non si limitano a fornire i mezzi simbolici per indicare *quando* uno stato o un'azione si collocano nel tempo, ma anche per precisare *come* esse vi si collocano[2]. In italiano, i parlanti possono non solo situare un evento nel passato rispetto al punto dell'enunciazione, ma possono anche specificare se questo evento si conchiuda nello stesso passato ovvero si prolunghi verso il presente. Da un lato, il passato remoto segnala la puntualità di uno stato o evento passato;

2. Si legga in proposito Leone (2017) *Aspettualità*.

dall'altro, l'imperfetto segnala la continuità di uno stato o evento passato verso il presente.

Qual è dunque l'aspettualità tipica della fuga? A prima vista si penserebbe che essa sia sempre caratterizzata da puntualità: si fugge verso il futuro, il presente, o il passato, ma quello che permane in tutte e tre queste opzioni è che il distacco da un soggetto maligno presente (che può essere e spesso si configura come una situazione) si colloca sempre nella dimensione dell'istante. La fuga può richiedere attimi oppure anni; non importa: il suo incipit è sempre inevitabilmente immediato, puntuale; una deflagrazione. Non di semplice allontanamento infatti si parla, né di progressivo distanziamento, ma di un *turning point* emotivo in cui alla permanenza di un congiungimento segue bruscamente lo scoppio di un distacco. Fuggire significa dunque, nell'ambito di questa architettura aspettuale, procurare una ferita improvvisa nella continuità del presente. Questa ferita riguarda sia il soggetto che fugge, sia la situazione, lo stato, o comunque il soggetto rispetto al quale il fuggitivo diventa l'oggetto perduto. In entrambi i lembi di questo presente slabbrato, dilaniato verso il futuro o verso il passato o talvolta anche nell'abisso stesso di una presente obnubilazione, tracce dello strappo permangono sia da una parte che dall'altra e, come vedremo, si configurano essenzialmente come segni.

Se la fuga si caratterizza sempre come scoppio, come figura contenente la puntualità di un *turning point*, di uno spartiacque, tale istantaneità aspettuale ha la sua controparte dinamica essenzialmente nell'accelerazione. Il *turning point*, infatti, richiama e implica sempre un *tipping point*: nella fuga, lo statu quo perdura nella sua infelicità fino a quando l'accumulo progressivo di carica disforica produce la deflagrazione dell'allontanamento. A un certo punto, il soggetto non ne può più, l'ultima goccia cade e una lacerazione improvvisa squarcia la continuità del presente, producendo un salto improvviso verso un altrove spaziale che è però sempre essenzialmente un altrove temporale: non si fugge tanto verso uno spazio, ma verso un tempo migliore che s'immagina si vivrà in quello spazio, tant'è vero che, nelle fughe verso il passato o dentro il presente, la fuga non implica un rivoluzionamento topologico ma uno esclusivamente temporale: io resto qui, ma temporalmente proietto questo qui in un non–ora.

Una fuga si può certo qualificare come "precipitosa", ma si tratta pur sempre di un pleonasmo: la semantica di questa figura di cambiamento, infatti, è tale che non ce la si possa figurare come tranquilla, o placida, o

serena, se non in espressioni ironiche. La fuga è sempre, al contrario, un movimento che strappa il presente d'improvviso, e che per ciò stesso implica sempre, non tanto velocità, quanto appunto accelerazione: le forze vitali che languivano in un presente infelice si risvegliano, e producono una concentrazione improvvisa dell'essere verso il non–essere del futuro, del passato, o del presente obnubilato.

10.7. Il racconto della fuga

La consustanziale natura aspettuale della fuga, che è dunque quella di un'accelerazione, fa sì che il suo discorso debba costruirsi secondo alcuni requisiti narrativi, i quali producono essenzialmente dei segni, o meglio delle tracce. Chi racconta una fuga, per esempio, non potendo configurarla come tranquilla, ma dovendo, invece, presentarla come improvvisa, repentina, e, stereotipicamente, precipitosa, deve circondare il fuggitivo di una scena della fuga che sia in armonia con tale natura aspettuale. Nello *script* narrativo dell'adolescente che fugge di casa, per esempio, questa aspettualità si traduce in un bagaglio non fatto o mal fatto, in uno zaino riempito all'ultimo momento con ciò che, nella fretta della fuga, si riteneva istintivamente utile al proprio mondo possibile futuro, si traduce in piani di viaggio assenti o improvvisati, nell'assenza o nell'errore di pianificazione e, fondamentalmente, nella produzione di tracce. Chi fugge lascia sempre delle tracce, perché, al contrario dell'assassino, il fuggitivo non ritorna sulla scena madre della sua azione, non programma di ripulirla né fa in tempo a farlo, e non si cura di allestire il paesaggio attraverso cui, dopo la fuga, la fuga stessa sarà interpretata, ricostruita, valutata.

In generale, al di là dei casi specifici, la scena della fuga si profila sempre come una scena dell'incompetenza. È risaputo che il racconto classico occidentale inanella sempre le quattro tappe fondamentali del contratto, della competenza, della performanza, e della sanzione (come nella semiotica generativa di Algirdas J. Greimas). Chi fugge deve senz'altro avere il poter e il saper fare necessari al distacco dallo statu quo, che per ciò stesso diventa statu ante, e tuttavia questa competenza è limitata al momento dello strappo, non alla progettazione di un mondo possibile futuro, o alla riconfigurazione di quello attuale. Lo strappo della fuga non è mai preciso, ma lascia un tessuto slabbrato, sfilacciato. Chi interpreta malevolmente la

fuga da un paese economicamente devastato come semplice migrazione economica, per esempio, confonde a bella posta i due discorsi della competenza: che un giovane eritreo oggi pianifichi per filo e per segno l'istante in cui si staccherà, spesso con notturna e brutale accelerazione, dalla terra madre non vuol dire che egli o ella abbia la competenza di progettare il suo mondo possibile futuro, né di riconfigurare simbolicamente nel ricordo quello passato. Al contrario, finirà spesso se non sistematicamente in una *no man's land* esistenziale in cui, sprovvisto di ogni competenza, egli o ella si chiederà, nella disperazione: "e adesso?". È questa fondamentale discrepanza di competenze che fa la differenza fra il migrante in fuga e l'*expat* in fuga. Anche il secondo forse fugge da qualcosa, ma il racconto del suo movimento è comunque sbilanciato verso il valore del ricongiungimento con una temporalità futura, più che verso quello del distacco da una temporalità presente. Ciò comporta anche un'essenziale differenza di competenze: l'*expat* non solo pianifica la partenza, ma pianifica anche l'arrivo, e spesso pure il futuro ritorno. Nessun cittadino europeo, per esempio, accetterebbe oggi di prendere armi e bagagli e trasferirsi nottetempo in un paese remoto senza avere la benché minima assicurazione di un alloggio, di un lavoro, di un'assistenza medica, e perlomeno della possibilità di acquistare un biglietto di ritorno.

Lo studioso di fughe constata allora che a una comune aspettualità fatta di accelerazione si accompagnano differenze tali che producono in certi casi strappi, e sono le fughe vere e proprie, mentre in altri casi semplici tagli, e sono allora le fughe programmate, quelle metaforiche, le pseudo–fughe. In molti paesini dell'Italia meridionale le giovani coppie il cui amore era osteggiato dalle famiglie, o che incorrevano in una gravidanza non programmata, risolvevano spesso la faccenda con una "fuitina", o "piccola fuga"; si recavano per una o due notti fuori dal paese, e quando vi ritornavano, il carattere conclamato della loro relazione non dava oramai adito ad altre scelte se non a quella dell'affrettato matrimonio riparatore. Tuttavia questa era appunto una "piccola fuga", e non una fuga vera e propria, perché in questo caso i "fuggitivi" sapevano benissimo come si sarebbe configurato il loro mondo possibile futuro, e lo sapevano fin nei dettagli, giacché il suo sviluppo era costruito secondo una figura che è agli antipodi rispetto a quella della fuga, vale a dire la figura del rituale. Antonio e Annunziata, i miei nonni, fuggirono per coronare il loro sogno d'amore, ma sapevano benissimo dove sarebbero andati, quando

sarebbero tornati, cosa sarebbe successo al loro ritorno, e probabilmente preparavano con calma le valigie della loro fuitina. Si trattava allora di una fuga meramente metaforica, nel senso che attribuiva a questo rituale il risultato del cambiamento esistenziale radicale che è contenuto nelle fughe degne di questo nome.

10.8. Dignità della fuga

Al contrario, si consideri l'iconografia della fuga: vi compaiono detriti ovunque. Sono questi l'oggetto principale di studio per chi si occupa di fughe dal punto di vista semiotico: non il vissuto della fuga prima, durante, o dopo la sua esecuzione, bensì le sue reliquie, o più spesso le sue rovine, quei lembi di passato che, dopo lo strappo della fuga, permangono a testimoniare il dolore di una rottura. Rendere giustizia esistenziale a una fuga significa allora curare l'ermeneutica di queste tracce. Uno degli aspetti più dolorosi del tragico esodo che si sta verificando giorno dopo giorno attraverso il Mediterraneo è che queste dilanianti vicende umane non lasciano, nel racconto che di esse trapela presso il pubblico occidentale, traccia alcuna: restano invisibili le frettolose partenze, gli abbracci rubati, gli zaini improvvisati, le parole che non si è avuto il tempo di dire per commiatarsi dalla madre, dall'amante, dalla patria. E purtroppo non lascia traccia alcuna, se non qualche corpo affiorante scandaloso nell'anonimità della putrefazione, il naufragio metaforico e letterale di queste fughe.

Lo stesso per le fughe repentine e scomposte dai luoghi delle stragi e del terrorismo: vestiti, cartelle, pupazzi, e soprattutto scarpe, scarpe abbandonate ovunque. Paradossalmente, in quella figura della fuga che forse più di ogni altra incarna l'idea del movimento, ciò che più segnala la sua tragica incompetenza è proprio l'abbandono dell'oggetto che invece è basilare nel civilizzare lo spostamento: scarpe abbandonate, scarpe che scivolano via dal piede, scarpe singole, distorte, macchiate di sangue, scarpe che significano non più e non solo lo spostamento dei corpi ma la loro accelerazione improvvisa, la loro tragica impreparazione.

L'etica dello studioso di fughe, allora, o del loro osservatore, deve consistere in un esercizio di giustezza ermeneutica. Di fronte ai resti di senso che la fuga lascia, l'interpretazione tracotante è ingiusta non solo cognitivamente, ma anche eticamente, perché non rende giustizia al sostrato

esistenziale profondo di una fuga. Interpretare correttamente il racconto di una fuga, dunque, un racconto che si dipana anche attraverso gli oggetti che la fuga lascia dietro di sé, impone un rispetto della singolarità, uno sforzo d'individuazione. Reagire al demone dell'indistinzione, che ci tenta quando di fronte a una scena di violenza terroristica non riusciamo né vogliamo più preservare la singolarità delle vite umane che vi sono state sconvolte, marchiate per sempre in una fuga disperata, o quando, di fronte a una scena di migrazione, non percepiamo più la differenza fra i racconti, o quella fra i resti, significa soprattutto ridare dignità all'individualità delle tracce, all'unicità dell'insensato che ogni fuggitivo lascia dietro di sé.

Capitolo XI

De ducibus: il discorso del leader[1]

> Ex quibus omnibus colligitur, quod invisibilia Dei a creatura mundi, per ea quae facta sunt, intellecta conpiciuntur; ita ut qui nolunt ista advertere et Deum in his omnibus cognoscere, benedicere et amare inexcusabiles sint dum nolunt transferri de tenebris in admirabile lumen Dei. Deo autem gratias per Iesum Christum, Dominum nostrum, qui nos de tenebris transtulit in admirabile lumen suum, dum per haec lumina exterius data ad speculum mentis nostrae in quo relucent divina, disponimus ad reintrandum.
>
> (S. Bonaventura da Bagnoregio, *Itinerarium mentis in Deum*, II, 13)

11.1. Necessità dell'approccio semiotico

Un sottile filo luminoso lega la comunicazione di Papa Francesco, la semiotica, e la cultura gesuitica. Per alcuni tratti e in certi frangenti, il filo è assai brillante. Non vi è chi non concordi sul fatto che l'avvento di questo Papa ha ritagliato una cesura nello stile di significazione sia del Pontefice che, in parte, della stessa Chiesa Cattolica. Siccome lo spartiacque scaturisce da un atteggiamento verbale ma pure da nuove forme espressive in altri segni e linguaggi — dal tono dell'eloquio all'accento, dalla mimica facciale alle abitudini posturali e cinesiche, dall'immagine digitale alla presenza di luoghi, tempi e oggetti che costellano il nuovo corredo comunicativo papale — il mutamento va spiegato tramite disciplina capace di coglierli tutti, descriverli, analizzarli sistematicamente, e renderne un'immagine coerente.

Al semiologo di professione allieta constatare che il maggior conoscitore e studioso della comunicazione di Papa Francesco, già Segretario per

1. Una prima versione di questo saggio è stata pubblicata come Leone (2017) *Papa*.

la Comunicazione della Santa Sede, Dario Edoardo Viganò, ricorra spesso alla semiotica per illustrare gli ingredienti salienti della retorica del nuovo Papa. In *Fratelli e sorelle, buonasera*, per citare un caso, il Professore ordinario di teologia della comunicazione si riferisce esplicitamente al modello attanziale del semiologo franco–lituano Algirdas J. Greimas, e alla sua complessa teoria delle passioni, per sottolineare il fatto che "Papa Francesco non prevede, nella messa in forma dei suoi discorsi, il ruolo dell'opponente" (Viganò 2016: 10). In un'altra circostanza, lo stesso studioso cita Barthes per sostenere che "la comunicazione di questo pontefice arriva a tutti proprio perché, grazie a una grande consapevolezza e raffinatezza nella gestione dei codici linguistici e culturali, riesce ad avvicinarsi a quell'impossibile 'grado zero' teorizzato dal semiologo" (ivi: p. 11).

Ogni pontefice è anche uomo con un vissuto personale e un particolare inserimento in un contesto comunicativo, il quale si compone già di mezzi, stili, e tecniche. Uno degli studiosi e intellettuali più attenti alla comunicazione di Papa Francesco e soprattutto ai suoi sottili e fecondi legami con la Compagnia di Gesù, l'attuale Direttore della rivista *Civiltà Cattolica*, Antonio Spadaro, lo indica frequentemente nei suoi scritti: il messaggio pontificio non si trasmette nel vuoto ma in un contesto di storia, sociologia, e tecnologia della comunicazione in cui la Chiesa cerca sempre di rivolgersi all'uomo presente attraverso i mezzi più efficaci e avanzati. Chi legge questa storia dall'esterno e nel lungo periodo non può non cogliervi una progressione della presenza semiotica del pontefice nella comunicazione, presenza la quale va di pari passo con quella che lo sviluppo tecnologico e di formati via via consente alle società; da un papa invisibile e inudibile, se non per i pochi eletti che lo incontrassero di persona, e con l'eccezione delle effigi di lui che circolano abbondanti nella storia ma sempre attraverso il filtro dell'immaginazione pittorica o scultorea, si passa a un pontefice fotografato (Pio IX), cinematografato (Leone XIII), fonografato (sempre Leone XIII), radiotrasmesso (Pio XI), teletrasmesso (Pio XII), in diretta televisiva (Pio XII), al telefono durante una diretta televisiva (Giovanni Paolo II), sui *social networks* (Benedetto XVI).

Tradizionalmente, la Chiesa segue con attenzione, curiosità e prudenza l'evoluzione dei nuovi mezzi di comunicazione, fra il desiderio costante di consentire una circolazione quanto più ampia ed efficace dei propri valori e il timore che essi possano essere sviliti a contatto con contesti comunicativi profani. Ne deriva una storia complessa, in cui posizioni a volte ra-

dicalmente diverse si confrontano, ma ove solitamente si giunge a una soluzione di equilibrio che spesso fornisce un modello anche agli altri attori della comunicazione. È noto come uno dei cardinali di Pio IX, Giuseppe Pecci[2], fosse contrario alla fotografia e la considerasse assai meno nobilitante della tradizionale pittura (rifiutò dunque sempre di farsi fotografare, sebbene almeno una sua foto sia stata scattata e tramandata). Queste esitazioni si riscontrano del resto nella storia della rappresentazione del corpo del pontefice come di quello di altri leader, massime di monarchi: non vi è chi non ricordi con quanto scetticismo l'idea di teletrasmettere l'incoronazione della giovane regina Elisabetta II fu accolta dagli ambienti più conservatori della corte britannica. Da un lato, infatti, attribuire una maggiore presenza mediatica al corpo del sovrano, sia esso politico o spirituale, rischia di dissacrarne l'immagine, sottraendogli "aura"; dall'altro lato, tuttavia, questa presentificazione attraverso i nuovi media avvicina il sovrano al suo popolo e, di conseguenza, rinvigorisce il legame fra questo e l'istituzione che il sovrano presiede e guida, lo rinsalda non attraverso il timore reverenziale ma grazie a un'idea di prossimità. L'addentrarsi della Chiesa Cattolica nei nuovi scenari aperti dall'evoluzione delle tecnologie comunicative è dunque così irta di ostacoli che essa si accompagna sistematicamente di una riflessione teologica di alto livello, spesso concretizzantesi in vere e proprie encicliche papali (si pensi alla *Vigilanti cura*[3] di Pio XI e alla *Miranda Prorsus* di Pio XII)[4].

11.2. Una rivoluzione prossemica

Questo percorso deve essere letto storicamente, sociologicamente, ma anche e soprattutto con lenti semiotiche. Ciò appare imprescindibile nel caso di Papa Francesco. Egli non inaugura la presenza del pontefice nei *social networks* ma sicuramente l'approfondisce, sia per strategia, per esempio con l'avvento su Instagram (Spadaro 2016), sia per teologia, con approccio che man mano si affina in sottigliezza ed eleganza. La comunicazione di questo papa si presta a una lettura semiotica soprattutto perché non si

2. Carpineto Romano, 13 dicembre 1807 – Roma, 8 febbraio 1890.
3. Del 29 giugno 1936, in gran parte dedicata al cinema.
4. Dell'8 settembre 1957, consacrata a cinema, radio e televisione.

risolve nell'adozione di nuovi media o piattaforme ma in una rivoluzione che è innanzitutto prossemica. Il giudizio più generale che di questa comunicazione può darsi, infatti, consiste nell'evidenziare che essa accoglie la sete di contatto che le società contemporanee continuamente esprimono, raccoglie la sfida di confrontarvisi nell'arena digitale — ovvero in una sfera in cui questa sete è soddisfatta principalmente attraverso simulacri virtuali, largamente incorporei — e, come è accaduto in passato nel confronto fra Chiesa Cattolica e media, cerca di reinterpretare il fenomeno della connessione sociale virtuale in modo da plasmarla secondo i valori millenari del Cristianesimo e soprattutto del Cattolicesimo Romano.

Insomma, Papa Francesco comunica attraverso tutti i media e attraverso tutti i *social networks* ma ciò cui mira, paradossalmente, è una loro decostruzione nel senso dell'immediatezza, la quale è sì spontaneità ma altresì creazione e mantenimento di una comunità incarnata, in cui uomini e donne s'imbattano gli uni negli altri attraverso i propri avatar e poi però di questi approfittino per favorire e incoraggiare un incontro reale, in seno al millenario scenario di comunicazione allestito dalla Chiesa nei suoi luoghi fisici. Già Benedetto XVI, in verità, aveva sottolineato questa necessità in occasione della XLVII Giornata Mondiale delle Comunicazioni Sociali; come ricorda Antonio Spadaro nel saggio "Il Papa, Twitter, e lo spazio digitale", "abitare significa inscrivere i propri significati nello spazio. Ed è proprio questa la sfida: inscrivere i significati e i valori della nostra vita nell'ambiente digitale […]" (2013: 222). Sono parole che suonano immediatamente familiari alle orecchie del semiologo: la comunicazione, infatti, ne viene interpretata come immissione di tracce in un ambiente attraverso la scelta di particolari codici. La sfida della Chiesa Cattolica di fronte alla comunicazione digitale, sfida già perfettamente formulata da Benedetto XVI, è allora quella di utilizzare questa comunicazione in parte anche contro sé stessa, vale a dire al fine di garantire quella comunità di corpi e di anime su cui si fonda la Chiesa medesima.

Siffatto programma di comunicazione esiste già con Benedetto XVI ma si attua pienamente solo con Papa Francesco. Per decostruire la mediazione e l'incorporeità dei simulacri digitali, vi è infatti bisogno di un'enunciazione prossemica dirompente, che nel linguaggio verbale, in quello visivo, negli incontri con la stampa, attraverso internet, ma soprattutto nel contatto con i fedeli esprima l'idea di una corporeità prossima, tangibile, affettuosa, una sorta di abbraccio. L'operazione si presentava come diffici-

le, dal punto di vista comunicativo, per diversi motivi: il primo, scabroso, non può non tener conto dei casi di pedofilia nella Chiesa Cattolica; quella prossimità fisica, indispensabile all'opera pastorale, che Papa Giovanni XXIII esprimeva con la dolcezza della sua "carezza ai bambini", suonava, nella prima decade del nuovo millennio, come insopportabilmente ambigua e sospetta; occorreva riabilitare la purezza e la spiritualità della carezza, del contatto. Il secondo motivo è legato alla sicurezza. La geopolitica contemporanea rimanda un'idea del corpo del leader come contemporaneamente obbligato a una presenza fisica nella scena della comunicazione e tragicamente soggetto a iniziative violente. Da Kennedy a Giovanni Paolo II e oltre, il corpo del leader si carica sempre più di una tensione negativa, in quanto possibile oggetto di distruzione da parte del nemico. Il terzo motivo è la difficoltà di costruire un corpo "trasversale", in grado di muoversi efficacemente attraverso un'arena comunicativa in cui l'avvento della televisione prima, e poi soprattutto quello dei nuovi media digitali, liquefa le frontiere fra contesti comunicativi e impone un'esposizione trasversale, per certi versi insopportabile, del corpo del leader e delle sue azioni (Meyrowitz 1997).

Per riaffermare l'idea cattolica di comunità in un mondo sempre più segnato da varie forme d'immunità (Esposito 2002) (contro la violenza sessuale nella Chiesa, contro la violenza terroristica sulla Chiesa, e contro la violenza del panopticon digitale attorno alla Chiesa) occorrevano un corpo e soprattutto una strategia prossemica eccezionali. Papa Francesco è innanzitutto questo corpo, è questa prossemica. La maggior parte di coloro che ne commentano la comunicazione, e non solo i semiotici, lo sottolineano; parole come "prossimità", "contatto", "fisicità", "corporeità" abbondano nei commenti. È un corpo, quello di Francesco, che sfida quasi intrinsecamente le tre immunità sopra descritte: in primo luogo accarezza, abbraccia, sfiora, è un corpo "latino", ma mai suggerisce ambiguità; al contrario, in un certo senso redime a ogni carezza, abbraccio, contatto fisico la corporeità della comunità pastorale cattolica, in quanto si presenta non tanto come un corpo di padre quanto come un corpo di nonno ancora robusto e vigoroso, un corpo che deve aver vissuto l'avventura della vita ma che ne ha estratto una solidità essenziale, schietta, ferma. In secondo luogo è un corpo che si mischia alla folla, alla collettività anonima, ma che mischiandovisi mai suscita l'idea del pericolo, della violenza, dell'attentato; da un lato, è nell'impavidità stessa di questo slancio prosse-

mico che risiede il suo segreto: non ci s'immagina che mai nulla di male possa accadere a Papa Francesco (e voglia il cielo che sia così) perché non gli si legge in volto nessun timore, ma anzi un po' la stessa carismatica incoscienza del cantante rock che si getta sulla folla, sicuro che ne sarà sostenuto; dall'altro, il corpo di Francesco è uno contro il quale, malgrado l'età e gli acciacchi, non ci si vorrebbe trovare a lottare: robusto, quasi corpulento, e poi soprattutto, come è stato più volte notato, continuamente proteso verso l'interlocutore, fin quasi allo sbilanciamento. In terzo luogo, quello di Papa Francesco è un corpo "trasversale", nel senso che sembra circolare attraverso i contesti, le situazioni e i media con una sorta di carica extra–testuale, come se questi contesti, situazioni e media dovessero continuamente adattarsi al suo corpo piuttosto che viceversa. Una certa goffaggine, pendant di una prossemica quasi avventata, favorisce l'effetto di un corpo che non si limita a entrare in scena e a uscirne, ma che crea una scena intorno a sé mentre si sposta fra luoghi fisici e virtuali. L'abbandono dei paramenti fastosi e della loro ritualità liturgica non soltanto significano in Papa Francesco il ritorno a una Chiesa più umile, ispirata ai valori di quel Santo di cui il Papa ha scelto il nome, ma configurano anche un involucro vestimentario neutro, familiare, il quale non sia mai in contrasto con la trasversalità del corpo del Pontefice ma anzi la esaltino.

11.3. Un corpo populista?

È per spiegare l'effetto comunicativo di questo corpo e della sua prossemica che è necessario inquadrarli sia in una semiotica locale, sia in una della cultura, la quale osservi il modo in cui l'incorporeità essenzialmente acattolica della sfera digitale contemporanea, e soprattutto dei *social networks*, si trova elegantemente decostruita da un pontefice che, pur servendosi dei nuovi media, vi afferma continuamente la necessità di una comunione e di una comunità reali, altrettanto corporee quanto il rito eucaristico che le fonda. Lo sguardo semiotico, tuttavia, deve incrociare una sensibilità storica, nell'ampio alveo di una diacronica semiotica delle culture, al fine di rispondere a una domanda pungente: in che cosa il corpo di Francesco si differenzia da altri corpi di leader contemporanei che pure decostruiscono l'incorporeità della sfera comunicativa digitale, acquisendo carisma, e dunque potere, grazie a questa decostruzione? In altre, più irriverenti

parole: perché mai non si può parlare del corpo di Papa Francesco, e della sua prossemica, come di un corpo e di una prossemica "populisti"?

Vi è una risposta semplice a questa domanda, una risposta la quale tuttavia non sfuggirebbe alla trappola del pensare per ideologie. Consisterebbe nel sostenere che un corpo populista non esiste in sé ma si profila in concomitanza con un sistema di valori che il corpo contribuisce a propagandare attraverso le sue espressività (cinesica, prossemica, gestuale, mimica, ecc.). Da questo punto di vista, a essere "populista" non sarebbe il corpo di Donald Trump, bensì il sistema di valori che esso trasuda a ogni occasione. È evidente che né Trump né Berlusconi, pur essendo portatori di un corpo "populista", potrebbero utilizzarlo come Papa Francesco, abbracciando e accarezzando giovani donne o bambini senza destare la ben che minima ambiguità.

A questa risposta di primo livello, nella quale risiede senza dubbio un elemento di verità, deve far seguito un ragionamento più approfondito, il quale verte intorno a un'ipotesi iniziale: il corpo di Papa Francesco appare perfettamente naturale ma non lo è. Frantuma le immunità della comunicazione contemporanea in modo che sembra assolutamente spontaneo ma è in realtà costruito. Con questo non s'intenda che la prossemica di Papa Francesco è artificiale, tutt'altro. Né s'intenda ch'essa viene ricostruita ad hoc, con sapiente uso dei media, da parte di coloro che curano la comunicazione del Papa. L'apparato comunicativo che si muove attorno a Papa Francesco sicuramente gioca un ruolo essenziale nel sottolinearne l'indole semiotica, eppure lo sforzo che questo apparato compie non è tanto di creazione quanto di assecondamento, ovvero di non–contrasto: è necessario predisporre tutti i media, i formati, i generi e gli stili della comunicazione papale in modo che non tradiscano quel sistema di valori e soprattutto quella gamma di emozioni che naturalmente sembrano sprigionarsi dalla parola ma soprattutto dal corpo del Pontefice.

11.4. Un corpo gesuitico

La prossemica di Papa Francesco, invece, non è naturale in un altro senso, cioè nel senso che essa corrisponde non già unicamente a una prima natura, quella del carattere che ciascun individuo riceve alla nascita e forgia nel contatto con l'ambiente, ma anche a una seconda natura la quale, benché

altrettanto foriera di automatismi quanto la prima, ha in realtà un'origine precisa, che va cercata nella lunghissima formazione sia spirituale che semiotica che Papa Francesco ha ricevuto in seno al suo ordine religioso, la Compagnia di Gesù. In che modo, allora, il corpo di Papa Francesco, la sua prossemica, e le altre forme della sua comunicazione possono dirsi "gesuitici"? Una tentazione maliziosa va subito fugata nella sua ignoranza: chi intenda per corpo "gesuitico" un corpo ambiguo, duplice, dissimulatore, in ultima istanza menzognero, dovrebbe subito ricredersi per due motivi: il primo è che tale giudizio cederebbe a uno dei più triti stereotipi riguardanti la storia della Compagnia di Gesù e delle sue strategie retoriche; il secondo, dirimente, è che di fatto a nessuno il corpo di Papa Francesco suscita l'impressione di tale duplicità; al contrario, la comunicazione che promana da tale corpo è dirompente proprio perché ricevuta come incrollabilmente coerente.

Il senso in cui la prossemica di Papa Francesco deve dirsi "gesuitica" va allora cercato altrove; innanzitutto nella complessa storia della Compagnia di Gesù, e nel modo in cui i sedimenti simbolici di essa sono incontrati e appropriati da Jorge Mario Bergoglio nella sua traiettoria di formazione spirituale e comunicativa. Come ben sanno e sottolineano gli storici dell'ordine religioso fondato da Sant'Ignazio di Loyola, esso sin dagli esordi manifesta un'attenzione minuziosa tanto alla sistematizzazione dell'interiorità spirituale dei novizi, quanto alla loro condotta esteriore, la quale è vista, semioticamente, come inscindibile dalla prima, secondo più aspetti: da un lato, l'affermarsi della spiritualità del novizio secondo i dettami della Compagnia deve "inscriversi nei segni"; dall'altro, questi segni devono non solo accompagnare e segnalare, ma anche promuovere tale evoluzione. La Compagnia di Gesù si regge su due complementari testi di fondazione, che sono gli *Ejercicios espirituales* [*Esercizi spirituali*] e le *Constituciones* [*Costituzioni*]. Nel secondo, la cui ultima e definitiva redazione data del 1594, nella parte III, capitolo I, paragrafo 250, si legge:

> 1. Todos tengan especial cuidado de guardar con mucha diligencia las puertas de sus sentidos, en especial los ojos y oídos y la lengua, de todo desorden; 2. Y de mantenerse en la paz y verdadera humildad de su ánima, y dar della muestra en el silencio, quando conviene guardarle, y quando se ha de hablar, en la consideración y edificación de sus palabras; 3. Y en la modestia del rostro, y madureza en el andar, y todos sus movimientos, sin alguna señal de inpaciencia o soberbia; 4. En

> todo procurando y deseando dar ventaja a los otros, estimándolos en su ánima todos como si les fuesen Superiores, y exteriormente teniéndoles el respeto y reverencia, que sufre el stado de cada uno, con llaneza y simplicidad religiosa; 5. En manera que considerando los unos a los otros, crezcan en devoción y alaben a Dios nuestro Señor a quien cada uno debe procurar de reconocer en el otro come en su imagen. (*Constituciones* III, I, 250)[5]

Non si dimentichi che il genio spirituale di Sant'Ignazio consistette nel trasporre le forme di addestramento e organizzazione che egli meglio conosceva, quelle della vita militare, nel campo del perfezionamento interiore di sé (Leone 2010: 23–204). Questa trasposizione si estrinsecò anche nella cura del rapporto semiotico fra l'aspetto esteriore del gesuita e la sua interiorità. Un adagio assai diffuso in Germania e in Francia, molto amato da Aby Warburg e attribuito a diverse fonti, recita che "il diavolo si nasconde nei dettagli"; ebbene, uno degli effetti dell'influenza militare e strategica sull'immaginazione spirituale di Sant'Ignazio si risolvette proprio nell'idea che i dettagli, anche quelli delle semiotiche per così dire "esteriori", sono invece fondamentali per plasmare la vita spirituale. Lavorando insieme con il segretario Juan Alfonso de Polanco,[6] il quale lo assistette preparando una sorta di florilegio delle regole redatte dagli ordini spirituali più antichi (la cosiddetta *Collectanea*, con estratti delle regole di Sant'Agostino, San Basilio, San Benedetto, San Domenico, San Francesco, e dei Canonici regolari del Santo Salvatore), Sant'Ignazio redasse le regole della Compagnia di Gesù, e fra queste, nel 1555, quelle *Reglas de la modestia* [*Regole della modestia*], che ogni gesuita da allora non solo conosce ma

5. "Mettano tutti una cura speciale nel custodire con molta diligenza da ogni disordine le porte dei loro sensi, specialmente gli occhi e la lingua. Si mantengano nella pace e nella vera umiltà dell'anima, e ne diano testimonianza col silenzio, quando è tempo d'osservarlo, e quando si deve parlare, facendo attenzione alle parole e dando così edificazione con la modestia del volto e la maturità nel camminare, e con tutti gli altri gesti, evitando ogni indizio d'impazienza e di superbia. E cerchino e desiderino in tutto di cedere agli altri, interiormente stimandoli quasi fossero superiori, ed esteriormente manifestando loro il rispetto e la deferenza consentita dalla condizione di ciascuno, con naturalezza e semplicità religiosa. In tal modo, considerandosi gli uni gli altri, cresceranno in devozione e loderanno Dio nostro Signore, che ciascuno deve sforzarsi di riconoscere nell'altro come nella sua immagine"; il testo spagnolo è tratto da Ignacio de Loyola, *Obras: Edicion manual*, a cura di Ignacio Iaparaguirre, Candido de Dalmases e Manuel Ruiz Jurado. Madrid: Biblioteca de Autores Cristianos, 1997; la traduzione italiana da *Costituzioni della Compagnia di Gesù*, a cura di Giuseppe Silvano. Milano: Ancora, 1969 (con lievi modifiche).

6. Burgos, 1517 – Roma, 21 dicembre 1576.

interiorizza e applica, spesso spontaneamente, nel proprio comportamento esteriore.

Cosa prescrivono queste regole? Esse si basano sul principio che "En todo el hombre exterior se vea una modestia y humildad y religiosa madureza y buen exemplo y edificación a todos los que pornán en ellos los ojos".[7] Nel prescrivere le regole dell'aspetto e del comportamento esteriori dei Gesuiti, cioè, Sant'Ignazio traccia due direttrici: per un verso, egli pone un primo assioma di "esaustività semiotica", che molto assomiglia a quello, il primo e più importante, della moderna pragmatica della comunicazione: "non si può non comunicare" (Watzlawick, Beavin e Jackson 1967); o, meglio ancora, "non si può non significare". Le *Reglas de la modestia*, insomma, esprimono una coscienza pionieristica dell'ipertrofia della semiosi nei rapporti interpersonali che corrono sia tra religiosi, sia tra religiosi e laici col primo avvento dell'era moderna, allorché soggetti, istituzioni, paesaggi e cose s'incontrano e a volte si scontrano in modi e con ritmi prima inusitati. Da questo momento in poi, resterà nella memoria culturale di tutta la Compagnia di Gesù, e di ogni gesuita, non solo l'idea generale che l'aspetto e l'atteggiamento esteriori sono importanti nella fede, ma anche la strategia precisa secondo cui, proprio per questo, nulla in tale esteriorità deve essere lasciato al caso.

Per altro verso, questo breve ma influente testo di Sant'Ignazio colloca a fondamento della comunicazione gesuitica dei secoli futuri l'idea di una "osservabilità generalizzata"; giustappunto nella nuova epoca d'incontri e scambi accelerati, di mescolamenti prima inusuali o addirittura proibiti, il Gesuita sarà sempre sotto gli occhi di qualcuno, e sempre più sotto gli occhi di tutti; siccome ogni cosa egli faccia o dica, ogni suo gesto o movimento, ogni suo vestimento e ogni sua postura del corpo significheranno o contribuiranno a significare una connotazione della Compagnia, allora è necessario da un lato non lasciare nulla al caso, e dall'altro individuare una strategia che consenta di regolare questa connotazione secondo i contesti, pur salvaguardando quella che oggi si chiamerebbe, con termine tratto dalle moderne scienze della comunicazione, "l'immagine coordinata" dei Gesuiti.

7. Paragrafo iniziale; testo spagnolo tratto da Ignacio de Loyola, *Obras*, cit.: "In tutto l'uomo esteriore si vedano una modestia e umiltà e maturità religiosa e buon esempio ed edificazione per tutti coloro che vi porranno lo sguardo" (trad. nostra).

Per Sant'Ignazio questa strategia ha sia una forma che un contenuto; il contenuto è già nel titolo della raccolta: la modestia. Per un ordine che attira sin dagli esordi le menti migliori del proprio tempo, e che si dedica a formare le menti migliori del tempo proprio e di quelli futuri, niente sarà più nocivo dell'alterigia; niente alienerà la simpatia e la devozione sia dei potenti che del popolo più di un atteggiamento superbo non solo della mente, ma anche del corpo; "los ojos se tengan communmente bajos, sin alzarlos mucho, ni girarlos mucho a una parte y otra",[8] dice la seconda regola della modestia. Più importante del contenuto di questa strategia di coordinamento dell'immagine esteriore dei Gesuiti, tuttavia, è la sua forma, che si riassume in una parola sola: coerenza. Nulla nocerà di più all'immagine di questo nuovo ordine religioso dell'impressione di uno spirito ondivago, fluttuante, incerto. Per trasmettere l'impressione contraria, dunque, anche il corpo, lo sguardo, i vestimenti, le formule di saluto, ecc. dovranno essere tali da attraversare indenni il mutare delle condizioni perennemente e radicalmente cangianti che il mondo moderno — quello che i Gesuiti si prefiggono di attraversare e cambiare senza tema — offre loro di continuo. Come Papa Francesco circola fra le diverse scene cui lo espone la congerie di contesti culturali e comunicativi anche a seguito della svolta digitale della comunicazione pastorale, così i primi Gesuiti dovevano muoversi fra la curia di Roma e le lontane missioni, fra le chiese di periferia e i collegi più raffinati e urbani, ma anche fra i diversi media che l'epoca moderna già offriva in abbondanza al discorso della fede (e i Gesuiti li utilizzarono e perfezionarono tutti, dall'incisione al teatro, dal poema epico alla danza), irraggiando sempre e comunque l'effetto di una presenza immutata e costante, una specie di aura.

È impressionante, oggi, osservando i dipinti *namban*, ossia quelli prodotti in Giappone a seguito dell'influenza religiosa e culturale esercitata dai primi missionari Gesuiti nel sedicesimo secolo, constatare come essi vi vengano rappresentati quali coppie di slanciate figure tutte nere, dal volto affilato e la postura composta, mentre solcano a due a due gli inesplorati territori nipponici, esattamente come Sant'Ignazio, scrivendo mezzo secolo prima all'altro capo del pianeta, ne aveva prescritto l'incedere nella sesta regola della modestia ("la veste de encima cubra todo lo que está de-

8. "Lo sguardo si rivolga abitudinariamente verso il basso, senza sollevarlo molto, né molto dirigerlo da una parte all'altra" (trad. nostra).

bajo, en modo que sólo se vea la parte superior del collo"[9]) e nell'undicesima: "cuando salieren fuera de casa, vayan de dos en dos, o tres"[10]. Quanto genio comunicativo in quest'ultima regola di Sant'Ignazio: un gesuita che cammina per il mondo apparirà come un gesuita, ma due o tre di essi insieme, camminando allo stesso passo (come prescrive la prima regola della seconda serie: "mirarán siempre de ir iguales"[11]) appariranno non solo come gesuiti ma anche come Compagnia di Gesù, come comunità che solca il mondo animata dalla stessa fede e dagli stessi principi.

11.5. La comunicazione del discernimento

Si potrebbe leggere la comunicazione non–verbale di Papa Francesco riscontrandovi in filigrana la maggior parte delle "reglas de la modestia" ignaziane; non sarebbe azzardato, visto ch'egli le ha senz'altro apprese a memoria e interiorizzate sin dalla prima formazione gesuitica. Si pensi alla semplice ma fondamentale quinta regola, per esempio: "Todo el rostro muestre ante alegría que tristeza, o otro afecto inordinato"[12]. Non si tratterebbe, tuttavia, del punto saliente nella lettura semiotica del corpo di Francesco. Ciò che più conta nella sua straordinaria efficacia comunicativa, infatti, non è tanto il contenuto della strategia retorica ignaziana, quanto la sua forma, ovvero l'aver assorbito e perfezionato quei principi di "esaustività semiotica" e "osservabilità generalizzata" che decretarono a suo tempo il successo straordinario della diffusione capillare della Compagnia di Gesù nel mondo moderno e che, nel mondo postmoderno e digitale, ancora guidano con efficacia la comunicazione del primo papa gesuita. In un momento in cui la Chiesa Cattolica viveva una delle "crisi d'immagine" più dilanianti della sua millenaria vicenda, un pontefice gesuita col nome di Francesco le offriva non solo un francescano spirito di rinnovamento nel segno dell'umiltà e della fratellanza, ma anche un gesuitico corpo di comunicazione di tale rinnovamento attraverso i due

9. "La veste copra tutto ciò che vi è sotto, di modo che si veda solo la parte superiore del collo"; (trad. nostra).

10. "Quando escano fuori di casa, vadano a due a due, o in tre"; (trad. nostra).

11. Cercheranno sempre d'incedere allo stesso passo"; (trad. nostra).

12. "Tutto il volto mostri allegria piuttosto che tristezza, o altra emozione disordinata"; (trad. nostra).

principi fondamentali che stanno a monte di tutta la retorica ignaziana: la coerenza e l'attenzione per i dettagli.

Più di ogni analisi minuziosa di foto, video, o altri testi nei quali si dipani la comunicazione verbale e non–verbale di Papa Francesco, corrobora l'ipotesi di una radice gesuitica della sua "seconda natura" comunicativa un elemento filologico: da quasi quarant'anni a questa parte, Jorge Mario Bergoglio ritorna sulla stessa frase, che non è direttamente di Sant'Ignazio, ma che è stata scelta dalla Compagnia di Gesù, in un momento fatidico della sua storia, come epitaffio del Santo, come motto che perfettamente ne riassume l'intera filosofia. La frase in questione è "non coerceri maximo, contineri tamen a minimum divinum est", che si potrebbe tradurre come "non farsi costringere da ciò che è più grande, ma farsi contenere anche da ciò che è più piccolo: ciò è divino"[13]. Questa frase segna tutta la vita e l'opera di Jorge Mario Bergoglio. La si trova, innanzitutto, nel formidabile saggio, del 1981, che l'allora Rettore della Facoltà Filosofica e Teologica di San Miguel scrisse per enucleare i princìpi e i valori essenziali della sua idea di leadership (Bergoglio 2013). Se il titolo del saggio, "Leadership: l'immagine complessiva e il dettaglio minuscolo", già contiene un riferimento esplicito alla summenzionata frase latina, il contenuto è ancora più chiaro: da leader di un'istituzione e ispiratore di altri leader, Bergoglio si pone il problema di come evitare "[T]anto el detaillismo que oprime como el cotidiano desmadrarse de los cauces" (ivi: p. 18)[14]. Ne deriva una filosofia dell'organizzazione in cui la paralisi dell'eccessivo idealismo viene vista come un pericolo contro il quale l'unico antidoto efficace è quello di maturare una sapiente visione dialettica del dettaglio e dell'insieme. Come Sant'Ignazio, così Bergoglio intuisce che, di fronte a problemi macroscopici quali la guida della Chiesa Cattolica su scala globale, non ha senso perdersi in vagheggiamenti utopici astratti, ma è d'uopo far sì che essi rilucano e soprattutto si concretizzino nel più (apparentemente) insignificante dei dettagli. Nello stesso saggio, Bergoglio cita (p. 18) pro-

13. L'epitaffio si trova a p. 280 dell'*Imago primi sæculi Societatis Jesu*, monumentale opera pubblicata nel 1640 per celebrare il centenario della fondazione della Compagnia di Gesù (952 pagine in–folio di poesia e prosa in latino, corredate da 127 incisioni su rame e pubblicate dalla prestigiosa casa editrice Plantin–Moretus di Anversa; la prima edizione fu poi presto seguita da una traduzione in olandese); a proposito di quest'opera, si legga O'Malley 2015; per un'analisi storica e teologica dell'epitaffio, si legga Rahner 1964.

14. "Tanto un'oppressiva attenzione al dettaglio che il quotidiano esondare dall'alveo"; (trad. nostra).

prio le *Reglas de la modestia* per sostenere che Sant'Ignazio non esitava ad "abbassarsi" a trattare questioni di dettaglio — per esempio quando nella terza regola sconsiglia ai Gesuiti di aggrottare la fronte — in quanto *el Fundador* era consapevole che è proprio in questi minuti dettagli che prendono forma, nonché vita, i princìpi più generali della Compagnia di Gesù.

Nonostante Papa Francesco sia ritornato in modo critico sull'idea di leadership espressa e applicata negli anni del proprio episcopato, egli non ha invece rivisto questo atteggiamento essenziale; analizzando tutta la comunicazione papale, e soprattutto quella non verbale, vi si coglie nella pratica e nell'effettualità l'idea che un problema mastodontico come la necessità di risollevare l'immagine della Chiesa dopo gli scandali della prima decade del nuovo millennio non si risolve con grandi proclami e generali prese di posizione ma, per esempio, cambiando anche il modo in cui il pontefice entra in contatto fisico con i fedeli, li guarda, li accarezza. Sin dall'elezione del nuovo papa gesuita, questa sapiente attenzione per i dettagli della significazione pontificia si esprime ovunque, quando Papa Francesco accoglie in piedi, piuttosto che seduto sul trono papale, le congratulazioni degli altri cardinali; nell'indossare l'abito talare, piuttosto che la tradizionale mozzetta con l'ermellino, al momento di affacciarsi per la prima volta in quanto pontefice al balcone della Basilica di San Pietro; nella trovata retorica geniale, salutata da Aldo Grasso nelle pagine del *Corriere della Sera* come una vera e propria rivoluzione comunicativa, di chiedere la benedizione della folla prima di impartire su di essa la prima benedizione.

"Non coerceri maximo, contineri tamen a minimum divinum est": questa frase accompagna gran parte della vita spirituale e dell'azione comunicativa di José Mario Bergoglio / Papa Francesco, a tal segno che, nell'approfondita intervista concessa dal nuovo pontefice il 19 agosto 2013 a Francesco Spadaro, gesuita e direttore di *Civiltà Cattolica*, la frase in questione ricorre di nuovo, a dimostrazione di una coerenza di pensiero che, abbracciando quasi mezzo secolo, ha le sue radici proprio nell'ispirazione gesuitica. Dice Papa Francesco a Spadaro:

> Mi ha sempre colpito una massima con la quale viene descritta la visione di Ignazio: *Non coerceri a maximo, sed contineri a minimo divinum est*. Ho molto riflettuto su questa frase in ordine al governo, ad essere superiore: non essere ristretti dallo spazio più grande, ma essere in grado di stare nello spazio più ristretto. Questa virtù del grande e del piccolo è la magnanimità, che dalla posizione in cui siamo ci

> fa guardare sempre l'orizzonte. È fare le cose piccole di ogni giorno con un cuore grande e aperto a Dio e agli altri. È valorizzare le cose piccole all'interno di grandi orizzonti, quelli del Regno di Dio.[15]

Il segreto dell'efficacia comunicativa di Papa Francesco, della sua parola ma anche del suo corpo, risiede proprio in questa capacità, profondamente semiotica, di discernere il modo in cui dettagli apparentemente insignificanti pervengono a comporre, per progressiva giustapposizione, un quadro generale, in modo assai più duraturo e penetrante di come non potrebbe realizzarsi partendo invece da principi astratti e idealistiche utopie. La lettura del corpo di Papa Francesco necessita dunque di una sensibilità semiotica perché questo corpo esprime una comunicazione dalla grana fine, il cui tessuto si scompone in segni ognuno trattati con la dignità di un dettaglio precipuo, considerato nel valore della sua dialettica con l'effetto globale della comunicazione.

Come s'indicava all'inizio, tuttavia, vi è un motivo ancora più profondo per sottolineare la natura gesuitica della comunicazione di Papa Francesco, e al tempo stesso cogliervi una straordinaria sensibilità semiotica. In molti degli interventi di Papa Francesco ricorre l'espressione della sua devozione a uno dei primi Gesuiti in particolare, Pierre Favre[16], e al suo scritto più importante, il *Memoriale Beati Petri Fabri* (scritto in spagnolo e in latino). Nell'intervista a Spadaro, Papa Francesco ricorda di averne fatto curare un'edizione da due gesuiti specialisti, Miguel A. Fiorito e Jaime H. Amadeo, quando era superiore provinciale; ma aggiunge anche, con un'osservazione che non può non fare drizzare le orecchie dei semiotici, di aver ammirato una in particolare fra le edizioni del *Memoriale*, quella curata dal geniale semiologo gesuita Michel de Certeau. Nella straordinaria introduzione al testo, l'autore della *Faiblesse de croire* enuclea un tratto dell'apologetica di Favre che, profondamente ignaziana nel considerare il legame fra interiorità ed esteriorità, spirito e immagine, risuona successivamente anche nella filosofia della comunicazione di Bergoglio / Papa Francesco: "Vaines sont les polémiques qui tentent de […] confondre [les Protestants]. Qu'ils changent d'abord de vie, et, '*ipso facto*', ils renonceront

15. Il testo dell'intervista si trova nel sito web seguente: https://w2.vatican.va/content/francesco/it/speeches/2013/september/documents/papa-francesco_20130921_intervista-spadaro.html.

16. Villaret, 13 aprile 1506 – Roma, 1° agosto 1546.

à leur foi nouvelle. Puisque leur mal 'n'est pas d'abord et principalement dans l'intelligence, mais dans les pieds et les mains de l'âme et du corps'" (De Certeau 1960: 70–1)[17].

Bergoglio, poi Papa Francesco, guarda con devozione a Favre perché questi è il gesuita che, confrontandosi con la sfida della Riforma protestante, non la concepisce come questione globale ma come campo in cui il punto d'attacco deve essere necessariamente quello della ricostruzione di sé a partire dall'infimo, dal dettaglio, da ciò che si nasconde alla prima evidenza. Ed ecco che, a tal fine, Favre sviluppa nel modo più coerente la lezione di Sant'Ignazio nel proporre quale elemento essenziale di questa ricostruzione dal basso un criterio che, a distanza di secoli, diviene il perno fondamentale dell'azione riformatrice ma anche dell'azione comunicativa di Papa Francesco: il discernimento.[18] Se si volesse esprimere con una formula l'apporto della spiritualità ignaziana, poi gesuitica, alla lunga storia del Cattolicesimo, potrebbe forse trovarsi proprio in questo sprone, ma anche in questa strategia (gli *Esercizi spirituali*) a leggere "i dettagli dell'anima" in una fase storica in cui essa diveniva sempre più il perimetro di un soggetto stagliantesi sullo sfondo di comunità fluttuanti e spesso travagliate. Allo stesso modo, nelle parole di Papa Francesco, nei suoi gesti, nel modo in cui il suo corpo si muove nello spazio, traspare, al di là della spontaneità che si sprigiona dalle seconde nature lungamente assorbite nella formazione, l'idea che il miglioramento, quasi misticamente, è legato ai dettagli dello spirito, e che essi non possono essere scovati, valorizzati, comunicati, in sé stessi come negli altri, se non esercitando la gesuitica azione del discernere a ogni passo, a ogni parola, a ogni gesto.

La capacità di Papa Francesco di muoversi agilmente ed efficacemente nel mondo della comunicazione contemporanea nasce dal suo personale

17. "Vane sono le polemiche che tentano di […] confondere [i Protestanti]. Ch'essi cambino innanzitutto vita, e, 'ipso facto', rinunceranno alla loro nuova fede. Perché il loro male 'non è innanzitutto e principalmente nell'intelligenza, ma nei piedi e nelle mani dell'anima e del corpo'" (trad. nostra).

18. Spadaro (2014), p. 243: "Papa Francesco si è rivolto alla nostra redazione, ben sapendo che aveva davanti un gruppo di religiosi gesuiti che sono anche giornalisti. In tal modo ha posto con chiarezza tre esigenze fondamentali nel nostro lavoro: *dialogo* che costruisce ponti e non muri con la cultura contemporanea e le sue istituzioni; *discernimento* per raccogliere, come aveva detto ai giornalisti il 16 marzo, la vita del mondo con i suoi desideri, le sue gioie e i suoi drammi, alla luce di una lettura evangelica; e *frontiera* per accompagnare, facendoci carico anche dei conflitti, sia i processi culturali e sociali, sia quanti stanno vivendo transizioni difficili".

appropriarsi di un filone profondamente semiotico all'interno della storia della spiritualità e della retorica gesuitica. È forse per questo che la sua azione comunicativa desta ammirazione in modo trasversale alle ideologie e alle credenze. In un'epoca di confusione digitale, saper discernere è forse la più alta antitesi morale del violento amalgama che, giorno dopo giorno, si distilla dai peggiori umori del populismo globale.

Capitolo XII

De proselytis: il discorso del fondamentalista[1]

12.1. Fondamentalismo e persuasione

In questo capitolo presenterò uno spaccato di un programma di ricerca più ampio, il cui obbiettivo finale è raggiungere una comprensione approfondita dei mezzi retorici con cui la propaganda religiosa violenta costruisce la sua autorità ed efficacia persuasiva, attrae e trattiene l'attenzione dei riceventi, li incoraggia ad aderire a una nuova visione del mondo e a una specifica narrativa del sublime, e li spinge a plasmare per sé stessi un nuovo ruolo esistenziale, nella cui esecuzione è centrale la violenza contro i presunti nemici confessionali.

Dall'11 settembre 2001 in poi, i gruppi di terroristi jihadisti hanno fatto ricorso a una comunicazione sempre più sofisticata al fine di accompagnare e guidare la ricezione delle loro azioni violente. Tuttavia, mentre inizialmente essi producevano messaggi da trasmettere ai media tradizionali (si pensi al ruolo di Al Jazeera nella distribuzione dei video di Osama bin Laden [Linder 2011]), dalla seconda metà degli anni 2000 in poi, questi gruppi hanno sviluppato sempre più i propri mezzi di comunicazione (Winkler and Dauber 2014).

In particolare, i fini di questa comunicazione verso i cittadini europei sono stati molteplici: 1) accompagnare, descrivere e interpretare gli atti

1. Una prima versione di questo capitolo è stata presentata in occasione del convegno "I linguaggi della persuasione", Università di Siena, 16 novembre 2016; ringrazio Alessandro Prato per l'opportunità; tale versione è stata poi pubblicata come Leone (2018) *Conversione*; una versione precedente, in lingua inglese, è stata pubblicata come Leone (2015) *Propaganda*; questa seconda versione è stata oggetto di diverse presentazioni pubbliche nonché di un progetto di ricerca finanziato dal Collegium de Lyon, che ringrazio.

terroristici al fine di rendere la propria narrazione geopolitica predominante a livello globale contro la narrazione geopolitica diffusa dai governi occidentali e dai media tradizionali; 2) infondere il terrore in modo da spingere a una destabilizzazione degli stili di vita occidentali e alla conseguente tensione socio–politica; 3) ottenere sostegno ideologico e finanziario tra vecchi e nuovi simpatizzanti; 4) reclutare nuovi membri.

Il programma di ricerca di cui si presenta qui una sintesi mira a conoscere la storia, l'evoluzione, lo stato attuale e a presagire le future linee di sviluppo delle agenzie mediatiche dei gruppi jihadisti terroristici. In secondo luogo, il progetto intende analizzare le strategie di comunicazione che queste agenzie adottano, analizzando i testi che esse producono e/o distribuiscono e studiando la circolazione di questi messaggi nella rete. In terzo luogo, la ricerca ambisce a raccogliere prove e a formulare ipotesi circa l'impatto cognitivo, emotivo, e pragmatico di queste campagne mediatiche e dei loro messaggi sul pubblico occidentale, indagando i destinatari europei potenziali o reali della propaganda terroristica jihadista, al fine di capire se condividono un background sociale, culturale o psicologico comune.

La propaganda terroristica jihadista non è un fenomeno isolato nella storia, ma può essere confrontata e comparata con altre istanze di persuasione confessionale violenta, emerse in altri contesti socio–culturali, periodi storici, e domini religiosi. È necessario quindi inserire i messaggi jihadisti in una prospettiva interculturale, trans–storica, e interdisciplinare, al fine di comprendere le caratteristiche trasversali della propaganda religiosa violenta. Conseguire autorità attraverso il riferimento a testi e a valori 'sacri' (Leone 2012); rappresentare 'gli infedeli'; incitare i credenti affinché procedano alla conversione forzata o all'annientamento degli 'infedeli'; evocare attraverso parole, immagini, e altri segni l'idea di un nemico 'idolatra' da soggiogare con la violenza; instillare il desiderio d'intraprendere missioni religiose pericolose invocando la dolcezza del martirio; distruggere i manufatti religiosi dell'altro: tutti questi elementi appaiono in modo ricorrente nella storia, spesso adottando formule espressive ed emotive che linee sottili collegano a rappresentazioni passate, ma che l'evoluzione della tecnologia dei media spinge verso nuovi livelli di efficacia.

Fino al 2007, i gruppi d'insorgenti in Iraq includevano: 1) lo Stato islamico dell'Iraq (ISI / Al–Qaeda); 2) l'Armata Mujahidin in Iraq; 3) l'Esercito Islamico in Iraq; 4) l'Armata Ansar Al–Sunna (precedentemente Ansar

Al–Islam); 5) il Movimento di Resistenza Irachena — 1920 Revolution Brigades; 6) il Fronte Islamico di Resistenza Irachena (JAMI). Tensioni, lotte, e fusioni tra questi gruppi hanno condotto alla formazione del cosiddetto Stato Islamico (IS), il quale manteneva lo stesso logo dello Stato Islamico dell'Iraq (Kimmage and Ridolfo 2007).

Fra le maggiori agenzie di comunicazione virtuali e transnazionali che producevano e diffondevano messaggi con il logo dello Stato Islamico si annoverano l'Al–Sahab Institute for Media Production; il Global Islamic Media Front (GIMF) (Bilger 2014); l'Al–Fajr Media Center; l'Al–Boraq Media Center; e l'Al–Furqan Institute of Media Production. Con l'istituzione di ISIS (poi IS), l'I'tisaam Media Foundation, costituita nel marzo 2013, ne è diventata l'agenzia di comunicazione principale. Nel 2014, ISIS ha poi istituito l'Al Hayat Media Center, con l'obbiettivo esplicito d'indirizzarsi al pubblico occidentale. Questo centro mediatico produce materiali in inglese, tedesco, russo e francese (Gertz 2014). Nel mese di luglio 2014, è stata poi lanciata la rivista digitale *Dabiq*, con lo scopo di presentare il gruppo e le sue attività in una molteplicità di lingue (Gambhir 2014). Il suo titolo si riferisce al nome della città di Dabiq, nel nord della Siria, di cui si parla in un hadith concernente la profezia dell'Armageddon. Secondo questa tradizione, Dabiq è il luogo dove i musulmani e gli eserciti cristiani si affronteranno in un combattimento esiziale.

La metodologia del programma di ricerca prevede la ricostruzione della storia e del contesto geopolitico dei singoli messaggi di propaganda, la raccolta di dati sulla loro diffusione e circolazione; e la registrazione di materiali che ne manifestino le modalità di ricezione, per esempio nella forma di commenti online e citazioni verbali e visive in forum e social media. Nel progetto gioca poi un ruolo di primo piano l'analisi dei vari messaggi attraverso la semiotica, secondo un modello, ispirato al percorso generativo di Algirdas J. Greimas, che consiste nel sezionare e analizzare i testi in base a livelli progressivi di complessità e astrazione, dai valori generali che i testi comunicano alle particolari caratteristiche stilistiche di tale comunicazione (Leone 2015).

L'analisi mira a comprendere quale sia l'immaginario cui i messaggi ricorrono al fine di costruire la propria retorica, e quale la specifica inclinazione ideologica con cui vengono utilizzati i topoi e le figure mitiche della tradizione islamica. Secondo il modello dell'analisi semiotica greimasiana, di ogni testo persuasivo è necessario appurare poi quali siano i valori pro-

fondi evocati dai messaggi, e in contrapposizione a quali altri valori, nonché il modo in cui le narrazioni contenute nei messaggi costruiscono la relazione tra eroi e antieroi, aiutanti e opponenti, missioni positive e negative. In maniera ancora più centrale, l'analisi deve evidenziare il modo in cui la struttura retorica dei messaggi, con i suoi contenuti sia verbali che audiovisivi, predisponga il punto di vista cognitivo, emotivo, e pragmatico del lettore / osservatore. In che modo il lettore / osservatore viene situato come obbiettivo di conversione, radicalizzazione e reclutamento? Quali sono le coordinate spaziali e temporali in cui tali messaggi mettono in scena le loro narrazioni? Qual è la risposta interpretativa e pragmatica che essi sono destinati a suscitare nel proprio pubblico?

12.2. La propaganda per l'Europa

Secondo le stime del *Global Terrorism Index 2015*,[2] quasi 2000 giovani cittadini francesi hanno combattuto nelle fila di ISIS, il cosiddetto "Stato islamico in Iraq e Siria", 700 tedeschi, 600 britannici, 500 belgi, 200 italiani. Altri cittadini europei ingrossavano le milizie del Fronte al–Nusra in Siria, affiliato ad al–Qaeda fino al 28 luglio 2016, poi formazione autonoma. Entrambi erano gruppi islamici fondamentalisti violenti e militarizzati che miravano alla destituzione del regime di Bashar al–Assad e propugnavano l'istituzione di un nuovo Stato retto secondo principi islamici ultraradicali. I due gruppi si distinguevano per storia, metodi di combattimento, progetti politici, e interpretazione dell'Islam. Entrambi, però, contenevano, secondo le informazioni più recenti, varie 'brigate europee' formate da giovani combattenti provenienti dal Vecchio Continente. Molti degli edifici di Aleppo, per esempio, erano occupati da jihadisti francofoni, il cui viaggio e soggiorno in Siria veniva organizzato e accompagnato da una catena logistica che provvedeva al trasferimento dall'Europa alla Siria attraverso la Turchia, alla ricerca di un alloggio, e all'addestramento militare in appositi campi.

Le società e le istituzioni europee, e in particolare quelle belga e francese, sono da tempo molto preoccupate, non solo perché numerosi giovani

2. Dati forniti dal National Consortium for the Study of Terrorism and Responses to terrorism (START), Università del Maryland.

europei sono già morti in Siria durante i combattimenti, ma anche perché all'interno delle 'brigate', e soprattutto in quelle che fanno parte di ISIS, si pianificano attacchi terroristici che colpiscano il territorio europeo. Molti, se non tutti gli attentati che hanno insanguinato la Francia e il Belgio negli ultimi anni possono essere ricollegati a questa situazione.

L'apporto della semiotica allo studio di questo drammatico fenomeno non consiste, ovviamente, nell'analisi delle cause storiche, politiche, economiche e sociali che spingono centinaia di giovani europei a partecipare alla guerriglia jihadista. Tuttavia, la semiotica può, e anzi deve proporre una lettura delle dinamiche di persuasione attraverso le quali questi giovani europei sono attratti prima nella sfera d'influenza del fondamentalismo islamico ultraradicale, e vengono poi convinti ad abbandonare ogni cosa (famiglia, studi, amicizie, lavoro, sport) per rischiare la vita in nome della jihad (Leone 2014).

Le indagini condotte dai giornalisti europei, e soprattutto francofoni, fra i giovani cittadini che combattevano ad Aleppo hanno mostrato che essi spesso non corrispondevano in nulla allo stereotipo del fondamentalista islamico quale l'opinione pubblica l'ha creato e assorbito durante il primo decennio del ventunesimo secolo. La maggior parte dei combattenti proveniva dalle periferie metropolitane, ma molti abitavano in piccoli centri rurali. Perlopiù, non parlavano né leggevano l'arabo, ma ne conoscevano poche parole o espressioni. La loro conversione, così come la loro adesione alla causa jihadista, non è cominciata in luoghi fisici, come moschee o centri di preghiera, ma a casa, davanti allo schermo del computer. Quello che più sorprende, e che rende obsoleta ogni iniziativa governativa per mettere sotto sorveglianza i forum internet jihadisti, è che il fondamentalismo islamico in Francia e in altri paesi occidentali abbandona sempre più i siti web per svilupparsi all'interno dei *social network*. Fatta da giovani per i giovani (in media non oltre i 25 anni), la propaganda jihadista segue la moda delle nuove tecnologie di comunicazione e vi si adatta, piegandola ai suoi obiettivi di persuasione religiosa e incitazione a combattere. Facebook, YouTube e Twitter (ADL 2012), ora persino Instagram e i videogiochi diventano altrettante arene d'identità religiosa e di persuasione, con una capacità di attrarre e formare giovani menti che non ha eguali nel mondo della comunicazione 'adulto' (stampa, radio, televisione, siti web tradizionali). I vantaggi dei *social network* per la diffusione della propaganda jihadista violenta sono vari, ma due di essi, come

vedremo in maniera approfondita, sono fondamentali: in primo luogo, il flusso perpetuo di comunicazione che si sviluppa incessantemente attraverso questi media e formati può reagire con tempestività alla luce degli ultimissimi eventi politici e militari, e persino interagire in medias res con le battaglie più turbolente. In secondo luogo, coloro che assorbono il contenuto della propaganda jihadista dalla loro immersione in queste reti sociali si sentono immediatamente circondati da una comunità che vibra ogni secondo al ritmo di pensieri ed emozioni costantemente condivisi. A questi due aspetti si aggiunge il vantaggio significativo che il contenuto che viene fatto circolare attraverso i *social networks* si sottrae a qualsivoglia controllo centralizzato.

Il flusso reattivo e sparpagliato dei contenuti in queste piattaforme digitali e la loro estrema mutevolezza ne rendono molto difficile, se non impossibile, una n–etnografia, uno studio culturale del significato che essi diffondono. Tuttavia, la semiotica ha il vantaggio, rispetto ad altre discipline, di poter studiare queste comunicazioni come testi, vale a dire nella loro qualità di progetti di comunicazione tesi a ottenere effetti persuasivi sui 'lettori modello' che essi stessi costruiscono.

12.3. La retorica verbale del fondamentalismo

Di seguito si proporrà un esempio di questo tipo di analisi della retorica jihadista nei siti web, con un caso di studi tratto dai *social networks* e dai forum in lingua francese[3].

www.mon-islam.com, al momento inaccessibile, è stato a lungo uno dei siti più frequentati dell'Islam fondamentalista e jihadista in Francia. Nella pagina di apertura esso dichiarava la frequentazione di "10.000 fratelli e sorelle nell'Islam", i quali avevano creato 180 gruppi e inviato più di 20.000 video. Mentre la lingua del sito, così come quella dei diversi contributi che esso conteneva, si presentava come grossolana, segno di scolarizzazione scarsa o mediocre, il sito si caratterizzava invece per una notevole brillantezza visiva: quando era attivo, ogni giorno vi venivano

3. Sulla retorica del fondamentalismo religioso violento, a parte le pubblicazioni precedenti dell'autore (Leone 2007; 2008; 2012; 2014), si vedano anche Ballod e Weber 2013; Hussain 2013 (sul contesto pachistano); sulla propaganda online, Lohlker 2013 e Lombardi 2014; sull'uso delle immagini, El Difraoui 2013 e Winkler e Dauber 2014.

inseriti nuovi video dal contenuto assai vario. Il sito poi rilanciava di continuo le proprie attività sui principali *social networks*, come Facebook — dove contava diverse migliaia di sostenitori — Twitter e Google+. Come ogni sito web, www.mon-islam.com era diviso in molte sezioni, "Il mio Islam", con una presentazione del sito; "La rete", che forniva un sito di servizi di *social networking* interno; "Video"; "Gruppi", che offriva attività specializzate, come ad esempio una libreria islamica in PDF; "Eventi", che annunciava riunioni o altre attività in Francia e nei Paesi di lingua francese; "Articoli", con contenuti più strutturati in forma di brevi saggi su temi concernenti l'Islam in Francia; "Glossario", con una spiegazione dei termini arabi più comuni nell'Islam e, in particolare, nello stesso sito; "Foto"; "Chat", una sezione chat divisa per genere; "Q/A" dove cosiddetti 'esperti' rispondevano alle domande degli utenti di Internet; "La mia e–mail", un servizio di casella di posta elettronica per gli utenti. Il sito era funzionale, ma ovviamente costruito da non professionisti o professionisti con competenze di base abbastanza modeste. Un certo caos dominava l'organizzazione dei contenuti, mentre la lingua francese vi era scritta male quasi ovunque.

A seguire proponiamo un'analisi di alcuni dei contenuti del sito. Nella sezione "Q/A", che ha particolarmente attirato la nostra attenzione, un utente di Internet chiedeva:

> As salam waleykum,
>
> La lapidation existe en Islam, je me pose des questions sur le « bien fondé » de cette pratique, (sans remettre en question son caractère légifèré [sic]) ce sujet me met mal à l'aise et j'aimerai [sic] comprendre.
>
> baraka Allahufikum.

A questa domanda, formulata nel francese scorretto predominante nel sito, rispondeva un 'esperto':

> Salam alaykum
> tout d abbord oukhty je ne vais pas te parler dans quel cas et qui doit ont lapidé mais je vais plutot t expliqué " le bien fondé " de cette pratique Inchallah.

> " C tres simple Si tu te pose des questions sur le bien fondé de la lapidation sache oukhty qu Allah azzawajal a dit « Qui y a t il de meilleur qu Allah en matiere de jugement pour des gens qui ont la foi ferme ".
>
> Donc sache que chaque chose qu Allah a legifere est un bien pour l homme et tt musulman(e) doit en etre convaicu et certe Allah nous a dit " Il se peut que vous detestiez une chose alors qu elle vous soit un bien et il se peut que vous aimiez une chose alors qu elle vous est nefaste. C est Allah qui c alors que vous ne savez pas…".

Diversi elementi sono interessanti in questa risposta, anch'essa disseminata di errori di ortografia. La risposta del sedicente esperto inizia con un lapidario "è molto semplice", a trasmettere immediatamente la certezza che il problema morale che tormenta l'utente (conciliazione tra fede personale e legittimazione fondamentalista di una pratica barbarica) è in realtà un problema dalla soluzione lapalissiana, un non–problema. A seguire non si propone nessuna argomentazione, ma "l'esperto" si limita, invece, a "spiegare" la "validità", il carattere "ben fondato" di questa pratica. Nella retorica fondamentalista, infatti, la legittimazione di una norma, sia pure disgustosa, non dipende dai suoi effetti sociali, o dal luogo che essa occupa nella sistematizzazione teologica, ma piuttosto dal "fondamento" trascendente che ne è alla base, il quale ovviamente non è mai dimostrato, ma semplicemente esposto attraverso la pratica della citazione. In definitiva, la risposta "dell'esperto" ruota attorno a una citazione generica: "Qui y a t il de meilleur qu Allah en matiere de jugement pour des gens qui ont la foi ferme". Questa frase, riportata senza apostrofi né accenti, e senza alcuna indicazione né sulla sua origine né sulla sua traduzione, è il pilastro che sostiene, da solo, la retorica della risposta, conferendogli un carattere di antica saggezza e sacralità. In effetti, la stessa citazione, scorretta e senza riferimenti bibliografici, potrebbe essere utilizzata per giustificare tutto e il contrario di tutto, talmente essa è generica. Allo stesso modo, la citazione successiva indottrina l'internauta in base a un principio di sottomissione non solo giuridica, ma anche etica alla misteriosa volontà della trascendenza. Dal punto di vista della struttura dell'enunciazione, va osservato che la risposta, tramite l'uso immediato del "si", l'adozione di uno stile rapido, "SMS", e persino l'ortografia scorretta stabilisce un collegamento diretto, intriso di spontaneità, con il simulacro dell'internauta, al quale

"l'esperto" si dirige in un modo che rivendica la propria padronanza della sharia, offrendogliela tuttavia in maniera informale, familiare. La costruzione di questa retorica della spontaneità fraterna ricorre in tutto il sito e in tutti i discorsi della jihad 2.0: con la conversione all'Islam nella sua versione fondamentalista e militarizzata, si entra in un universo discorsivo in cui non si è mai soli, ma sempre circondati da nuovi "fratelli" e "sorelle", la cui vicinanza religiosa sostituisce quella biologico–sociale alla famiglia.

Nel prosieguo della risposta, "l'esperto" lista i "benefici della lapidazione":

- Purifier l auteur de ses fautes car comme le prophete sallat wa salam nous a dit quand Allah aime un homme il le chatie dans ce bas monde.
- Montrer a ceux qui y assistent que la religion d Allah n est pas un jeux ainsi les troubles ne se reproduiront pas Allah azzawajal nous dit " Et q un groupe de croyant y assiste" (a la lapidation).

In queste risposte, ciò che colpisce il lettore "laico" è la semplicità disarmante con cui si affrontano questioni delicate, la sicumera con la quale qualsiasi interferenza da parte del mondo esterno all'Islam fondamentalista viene del tutto esclusa. È il fascino della brutalità semplificatrice.

12.4. La retorica visiva del reclutamento

Il semiologo non può limitarsi all'analisi della componente verbale della retorica fondamentalista. Si deve prestare attenzione anche alle altre sostanze espressive che la compongono, soprattutto perché è principalmente attraverso le immagini e i video che essa riesce a fare proseliti tra i convertiti. Nel suo periodo di massima attività, ogni due o tre ore un nuovo video veniva caricato nella sezione "Video" del sito www.mon-islam.com. Mentre le altre sezioni del sito erano dedicate a soggetti molto diversi, e in particolare ai vari aspetti della vita dei credenti, i video immagazzinati nel sito riguardavano perlopiù l'impegno politico e militare dei fondamentalisti francofoni e il loro dovere di jihad. Nel periodo in cui il sito è stato monitorato e analizzato, vale a dire nel 2015, la maggior parte di questi video toccava la questione della presenza dei fondamentalisti islamici francofoni in Siria, in particolare nella città di Aleppo. "Sham" (il nome musulmano

della Siria), un video caricato sul sito il 23 Marzo 2014, ben riassume le caratteristiche del discorso mediatico proposto da www.mon-islam.com e la sua retorica persuasiva.

Il video, della durata di circa 15 minuti, contiene diverse sequenze. Non è il risultato di un editing professionale a partire da filmati girati da uno stesso autore, ma una sorta di patchwork grossolano la cui struttura è molto comune in questo tipo di testi audiovisivi: una sequenza iniziale d'introduzione rinvia a video già esistenti, i quali sono strutturati anch'essi nello stesso modo, e così via in una *mise en abyme* nella quale ciò che conta non è la qualità dell'incastonatura ma l'incastonatura stessa; i video rilanciano frammenti di altri video, i quali rimandano ad altri video ancora, dando così espressione visiva a una sorta di composizione collettiva del pensiero e dell'immaginazione della jihad, a un contagio nel quale ogni membro si rende portavoce visivo di tutta la comunità, utilizzando i frammenti che ha trovato su Internet per creare il proprio messaggio e raggiungere il pubblico della propria sfera d'influenza.

In *Sham*, il video di cui si espone qui l'analisi, la prima sequenza contiene alcune foto di adolescenti, probabilmente di nazionalità occidentale (Francia, Belgio), i quali si mostrano con un'espressione che è insieme di orgoglio e di gioia, con le lunghe barbe e gli abiti da guerriglia, molti muniti di fucili o con mitra sotto il braccio, circondati dal set polveroso di un campo di battaglia. I loro volti passano allo schermo al rallentatore, con una dissolvenza incrociata nella transizione tra una foto e la successiva — a sottolineare lo spirito di comunità che li lega insieme — mentre la colonna sonora trasmette una musica sacra, invocante la preghiera. La seconda sequenza mostra poi colui che è probabilmente il vero autore del video, un giovane adolescente francese di origine araba, vestito da combattente di Al–Nusra e circondato dai simboli qaedisti. In un francese laborioso, dal forte accento arabo, spesso inframezzato da formule religiose islamiche, l'adolescente s'indirizza ai suoi interlocutori, costruendone il simulacro comunicativo attraverso un "mès frères" ripetuto ossessivamente. La struttura dell'enunciazione del video (il corpo del ragazzo, il suo discorso, il modo in cui viene filmato dalla telecamera) situa il protagonista in un *hic et nunc* (al tempo presente, in Siria), al quale gli spettatori sono invitati, persino supplicati, di unirsi al fine d'incontrare "i più bei fratelli". L'enfasi poggia costantemente sulla comunità gioiosa che attende i giovani che, come l'adolescente nel video, avranno il coraggio di allontanarsi dalla

loro vita presente, dalle loro famiglie in Francia o in Belgio, per arrivare nello "Sham".

La sequenza successiva mostra un gruppo di combattenti, i mitra sotto le braccia, circondato da camion. Posti frontalmente davanti alla telecamera, le loro facce rimangono al buio. Non sono né giovani né occidentali. Il loro leader, di cui s'indovina l'età adulta dalla voce, si rivolge in arabo ai giovani spettatori del video. Sottotitoli in inglese ne traducono il discorso, e sottotitoli in francese vi si sovrappongono. Si tratta di un nuovo invito, viepiù accalorato, a unirsi alla lotta. Tuttavia, qui gli argomenti sono diversi: non la gioia di aderire alla comunità felice dei "fratelli", ma la necessità di difendere dallo stupro le "sorelle" musulmane in Siria. Più che il contenuto maschilista di questa sequenza, è interessante evidenziare come materiali diversi, tesi a promuovere la jihad in contesti diversi e per diversi tipi di pubblico, sono liberamente assemblati dai giovani propagandisti europei al fine di trasmettere un messaggio locale (la chiamata alla jihad dei giovani musulmani di Francia e Belgio), ma conferendogli la forza persuasiva di una rete globale, dove le voci arabe si mescolano ai sottotitoli in inglese e in francese con lo scopo di trasmettere il sentimento di una missione di liberazione planetaria.

La sequenza che segue, la più lunga, costituisce il cuore persuasivo del video. Un adolescente il cui nome in arabo, di fantasia, ne segnala l'origine belga, si rivolge in tralice alla telecamera, accovacciato sotto i sacchi di sabbia di una trincea. I segni della battaglia sono dappertutto: visivi (tenuta da guerriglia, mitra, le bandiere di Al–Qaeda in Siria, onnipresenti nella loro calligrafia bianca su sfondo nero); ma soprattutto segni uditivi: l'appello dell'adolescente è punteggiato da scariche di mitragliatrice, sia vicine (i confratelli) che distanti (i nemici). A bassa voce, quasi con un sussurro, il giovane ribadisce il suo invito alla jihad. Questa volta, però, è l'argomento del martirio a essere il più utilizzato: i giovani jihadisti francesi sono citati come un piccolo gruppo male armato che fronteggia, col coraggio dei martiri, l'esercito del nemico; questo è invece descritto non come un esercito locale, ma come l'unione di tutte le forze planetarie che cospirano contro il vero Islam: dai buddisti in Asia agli sciiti, passando dai "miscredenti" che vivono in Europa e in America. L'argomento della necessità di difendere le donne musulmane e i bambini dall'aggressione dei "miscredenti" è menzionato, ma non è il centro retorico di questa sequenza, la quale s'impernia soprattutto sull'umiliazione dei giovani musulma-

ni europei e sull'opportunità che essi hanno di sbarazzarsene unendosi al combattimento jihadista, rappresentata come la lotta del più debole contro il più forte, dei martiri guidati da Allah contro i nemici dell'Islam.

Alla fine della sequenza, il giovane adolescente francofono che si era manifestato all'inizio del video ritorna per ribadire il suo appello, seguito da una nuova sequenza finale in cui tutti i giovani combattenti apparsi nelle immagini iniziali si mostrano essi stessi "in azione", mentre sparano e guidano le loro camionette da guerriglia. Col sorriso sulle labbra, essi gridano tutti insieme "venite nello Sham!", con il tono gioioso di chi invita un coetaneo a partecipare a un viaggio verso una destinazione turistica, o verso un villaggio–vacanze.

Il video si caratterizza quindi per una struttura perfettamente simmetrica, aprendosi e chiudendosi con l'evocazione dell'eroismo gioioso dei giovani jihadisti francofoni in Siria. Al centro di questa struttura si dispiegano tutti gli argomenti della retorica integralista militante, nella quale tuttavia il nome di Allah, e le altre formule tratte da un vocabolario teologico piuttosto modesto, sono solo lo zoccolo tautologico sul quale riposano tutte le altre motivazioni della jihad: partecipare a una comunità vibrante, presentata come una famiglia di fratelli e sorelle, ma senza padri o madri; difendere la sorte dei deboli, e in particolare le donne musulmane in pericolo; liberare l'Islam sunnita dall'umiliazione inflittagli dal mondo occidentale; definire la propria identità in relazione all'idea e alla possibilità concreta del martirio; imbarcarsi in un'avventura, con tutte le sue componenti: il viaggio, il rischio, la compagnia degli altri adolescenti, ma soprattutto il combattimento, e la prospettiva di una missione esistenziale.

L'attrattiva che i video di questo tipo esercitano sui giovani europei non può essere spiegata in modo univoco. In primo luogo, l'invito a partecipare a un destino avventuroso, imbevuto di pericolo e sacrificio di sé, potrebbe sembrare a prima vista come la proposta di un percorso esistenziale lontanissimo da ogni idea di monotonia e ripetizione. Tuttavia, si potrebbe suggerire che questi video sono convincenti proprio in quanto forniscono un modo simbolico per evitare la necessità di costruire un futuro pieno d'incertezze. Scegliere un corso di studi e una carriera; conquistarsi la libertà e l'indipendenza nei rapporti familiari; sostenere un progetto di vita, nonostante l'impenetrabilità di una società sempre più complessa, segnata dalla costante minaccia di fallimento: in confronto con questa vi-

sione esistenziale, il discorso del fondamentalismo jihadista rappresenta una semplificazione attraente, dove la strada dalla conversione al martirio è predeterminata e l'identità individuale definita in relazione a un destino comune, al quale il discorso tautologico della trascendenza presta un profilo inscalfibile.

12.5. Reincantare i proseliti

Non sarà facile rispondere efficacemente alla proliferazione del fondamentalismo religioso e alle sue ricadute violente. Se molti adolescenti europei si sono convertiti davanti allo schermo del loro computer fino a impegnarsi nel combattimento jihadista è perché la retorica fondamentalista, come si è appena sottolineato, propone loro di aderire a una forma di vita che le società di molti Paesi occidentali non sono più in grado di offrire. Nel lungo periodo, l'unico modo per minare la forza persuasiva del fondamentalismo violento potrà consistere solo in una serie di operazioni socioculturali volte a cambiare le prospettive esistenziali degli adolescenti nelle società occidentali. Avere una missione nella vita, una missione da cui ogni azione sembri discendere come da una necessità: è questo ciò che le società occidentali sono oramai incapaci di offrire ai propri giovani, proponendo loro invece un'esistenza instabile e destabilizzante, costituita da piccole scelte, da piccole missioni commerciali, da piccole fughe e lotte quotidiane che non sembrano portare in nessun luogo. Il fondamentalismo jihadista violento offre ai giovani cittadini europei una missione essenzialmente negativa, quella dello sterminio degli infedeli. Le società occidentali saranno forse in grado di produrre un discorso persuasivo ugualmente efficace, proponendo al contempo missioni positive, legate all'impegno sociale, all'inclusione, alla fratellanza laica?

Di fronte a questa sfida, è impossibile immaginare ricette che possano avere un impatto significativo nel lungo periodo. Le culture sfuggono ai progetti degli individui e dei gruppi, per fortuna. Nel breve periodo, tuttavia, è assolutamente necessario che sempre più ingenti risorse vengano utilizzate per sottrarre al fondamentalismo le sue armi più potenti, che non sono né i fucili, né i mitra ma la propaganda su internet e il contagio nei *social networks*. Qualsiasi azione di censura, tuttavia, sarà controproducente. Queste azioni repressive sono infatti destinate a pro-

durre un effetto boomerang, con la diffusione dei contenuti censurati che riaffiora attraverso canali diversi, ancora più difficili da controllare. Bisognerà, invece, rispondere alla propaganda integralista violenta attraverso un paziente lavoro di proposte comunicative alternative, la costruzione di una narrazione socioculturale sistematicamente diversa in relazione alla quale i cittadini, e in particolare gli adolescenti, possano definire il proprio percorso esistenziale in modo inclusivo, pacifico, e amichevole. Di fronte all'utopia fondamentalista di un'umanità che rinuncia alla sua libertà per sottomettersi alla volontà di una trascendenza sanguinosa, bisognerà reagire principalmente con uno sforzo di analisi, per dimostrare che ciò che viene offerto come discorso della sacra necessità è spesso una retorica, la quale nasconde una dimensione di manipolazione egemonica e la costruzione di autorità e gerarchie di potere. Tuttavia, questo sforzo di demistificazione non sarà sufficiente se non sarà accompagnato dalla proposta di un nuovo racconto utopico (la difesa dei diritti umani? Ambientale? Il pacifismo? Le teologie della liberazione?) in grado di esercitare sui giovani delle società postmoderne l'irresistibile attrattiva suscitata dalle missioni esistenziali.

Capitolo XIII

De proditoribus: il discorso del dittatore[1]

Rien ne rehausse l'autorité mieux que le silence.

(Charles de Gaulle, *Le Fil de l'épée* [1932])

13.1. Schemi di svelamento

Numerose sono le forze che strutturano la comunicazione in una società. Alcune di esse cercano di regolare la quantità d'informazione che i membri vi fanno circolare. A seconda del mittente, del ricevente, del contesto, del messaggio, del canale e del codice della comunicazione, e soprattutto a seconda dell'argomento, norme implicite e leggi esplicite fissano la misura ideale del contenuto da scambiare in una data circostanza comunicativa. L'espressione inglese "too much information" [letteralmente, "troppa informazione"], spesso abbreviata in "t.m.i.", è usata per stigmatizzare coloro che, in un certo contesto, hanno violato una norma implicita della comunicazione, esprimendo più contenuto di quello che si supponeva fosse ammissibile rivelare in tale circostanza. Molte di queste norme sono non scritte. Esse sono parte del senso comune condiviso da una società, assorbito tramite contatto con il suo ambiente comunicativo. Appartenere a una comunità, infatti, significa anche interiorizzare e, dunque, saper gestire le norme che prescrivono la misura di ciò che dovrebbe esservi espresso e comunicato in un certo contesto. Spesso, l'incomprensione interculturale scaturisce proprio quando outsider rivelano troppo poca o troppa informazione, se misurata secondo i criteri degli insider[2].

1. Una versione precedente di questo capitolo è stata presentata in lingua inglese in occasione del convegno "Semiosis in Communication: Knowing and Learning", SNSPA, Bucarest, Romania, 16–18 giugno 2016; ringrazio amichevolmente il Prof. Nicolae–Sorin Drăgan per l'opportunità. Tale versione è stata poi pubblicata in inglese come Leone (2017) *Silence*. Una versione in italiano è stata invece pubblicata come Leone (2016) *Tacete*.

2. Questi schemi di rivelazione e la misura che essi prescrivono sono imparentati con le massime di Paul Grice (1975), in particolare con quella della "quantità", ma non coincidono con esse, in quanto non cercano di scongiurare unicamente il pericolo della reticenza o della ridondanza ma,

Parlare apertamente e appassionatamente delle proprie opinioni politiche, per esempio, non solo è ammesso nella società italiana; in una certa misura esso vi è anche richiesto. Ingaggiare una conversazione appassionata con parenti, amici, e persino sconosciuti (o forse *soprattutto* con sconosciuti) a proposito della politica quotidiana è uno dei passatempi nazionali preferiti, al punto che essere pienamente integrati nella società italiana significa anche essere capaci di criticare in modo veemente e ripetuto il governo in carica, qualunque esso sia. "Piove, governo ladro" è una famosa locuzione italiana, auto–ironica, riguardante proprio l'attitudine nazionale nei confronti della sfera politica.

Vi sono altri Paesi e società, invece, per esempio quelli scandinavi, nei quali rivelare così apertamente e animatamente le proprie opinioni politiche — specie con sconosciuti — è considerato rude e arrogante. Di conseguenza, l'italiano medio sarà sovente considerato come oltremodo assertivo negli ambienti sociali scandinavi; viceversa, lo scandinavo medio sarà spesso giudicato come eccessivamente insipido nelle cerchie italiane. Ciò avviene perché le due società implicitamente tendono ad ammettere quantità discrepanti d'informazione in contesti comunicativi informali per quanto riguarda le opinioni politiche. Gli standard non sono codificati esplicitamente ma sono nondimeno così cogenti che le infrazioni suscitano immediatamente disapprovazione, stigmatizzazione sociale e persino esclusione.

Gli argomenti possono allora essere collocati lungo uno spettro, a seconda della misura in cui la società limita la conversazione al loro riguardo. All'estremità più liberale dello spettro si troveranno temi rispetto ai quali la conversazione sociale gode di uno svolgimento senza limiti. Se questi argomenti sono senza freni anche trasversalmente a più culture, allora divengono perfetti per la conversazione interculturale. Sfortunatamente, più un soggetto è libero da norme limitative in maniera trasversale a più culture, meno esso tende a essere socialmente rilevante. Un tipico argomento di questo genere è il tempo atmosferico. Viaggiando attraverso le epoche, i gruppi socioculturali e le generazioni, si è abbastanza sicuri che parlare per ore a proposito del tempo atmosferico corrente non urterà la sensibilità di nessuno. Si potrebbe persino formulare l'ipotesi che il

come si vedrà, obbediscono a una categorizzazione *censoria* della *langue*, frutto di precise configurazioni di potere sedimentate nella cultura.

modo in cui i britannici dominano questo soggetto di conversazione sia in qualche modo legato al fatto di avere governato per secoli su un impero vasto e variegato, con una diversità interna tale da ammettere solo alcuni argomenti legittimi trasversalmente alle varie culture, come il tempo atmosferico, appunto.

Tuttavia, anche il più anodino dei soggetti può improvvisamente virare verso aree pericolosamente litigiose. Parlare del tempo atmosferico, in effetti, è così inerte proprio perché si discute di fenomeni che non sono controllati da agentività umana. Tuttavia, non appena qualcuno accenna al fatto che "quest'estate è stata molto calda; è a causa del riscaldamento globale", allora l'agentività umana viene introdotta nuovamente nel quadro, e una pacifica conversazione sulle banalità del tempo atmosferico può diventare materia di disputa a proposito delle responsabilità politiche del cambiamento climatico. Lo stesso accade per altri soggetti di conversazione spicciola, come il cibo, per esempio. Il cibo può essere usato come argomento di conversazione trasversale a diverse culture per infinite, innocue e dunque banali conversazioni; tuttavia, non appena i membri della conversazione cominciano a parlare di quali animali si dovrebbero o non si dovrebbero trasformare in cibo, è abbastanza sicuro che qualcuno ne uscirà indispettito.

In generale, nessun soggetto è così insipido da permettere alla conversazione di svilupparsi su di esso liberamente senza causare mai tensione alcuna. Allo stesso tempo, alcuni argomenti sono relativamente più sicuri di altri, come sanno bene gli esperti in educazione cross–culturale. Analogamente, all'altro capo dello spettro, non vi è argomento alcuno che sia destinato a generare immediata frizione. Al contrario, ogni soggetto, anche il più sensibile, può divenire oggetto di conversazione educata, diplomatica e rispettosa se se ne danno le appropriate condizioni contestuali. Rispetto ad alcuni argomenti, però, queste condizioni sono destinate a essere così fragili che è molto probabile che la conversazione si trasformi in una rissa. Ciò avviene specialmente quando si tenga una conversazione multi–culturale su argomenti rispetto ai quali le diverse comunità non condividono trasversalmente lo stesso livello di apertura.

Nella maggior parte delle società, per esempio, parlare delle proprie ricchezze personali è considerato un grave errore di conversazione. In altre società, al contrario, la domanda "quanto guadagni?" è in genere considerata come perfettamente accettabile, anche tra sconosciuti, perlomeno

in certi ambienti sociali[3]. Quando si discute di denaro in contesti interculturali, dunque, vi è da aspettarsi un certo disagio, dal momento che, al contrario del tempo atmosferico, il denaro è argomento di conversazione che le società tradizionalmente regolano in modi estremamente divergenti. Alcuni accorgimenti retorici, come l'ironia, per esempio, possono essere adottati per smussare gli angoli della conversazione a proposito di questi argomenti, ma solo in una certa misura, dal momento che lo stesso senso dell'ironia varia di cultura in cultura.

L'analista culturale deve dunque cartografare la sensibilità semantica delle comunità, comprendere su quali argomenti la conversazione è generalmente priva di restrizioni, su quali essa è materia di delicata negoziazione, e su quali ancora essa è invece considerata come assolutamente tabù. Inoltre, lo storico delle culture deve cercare di spiegare quali forze socio–politiche, economiche, e culturali hanno prodotto una specifica morfologia dell'ammissibilità pragmatica. Per esempio, per quale motivo gli italiani sono generalmente così pronti a strombazzare le loro opinioni politiche, e per quale motivo gli scandinavi sono invece solitamente cauti al riguardo? Questo esercizio di cartografia pragmatica non riveste un interesse solo teorico o storico. Infatti, in una società che è interconnessa in modo crescente, nella quale membri di comunità differenti spesso divengono interlocutori di conversazioni virtuali o reali, capire quali siano le trappole della sensibilità interculturale è utile e necessario al fine di evitare infruttuose tensioni.

Un tale studio è interessante e persino urgente anche da un altro punto di vista. Ciò che regola la quantità e la qualità dell'informazione che gli individui e i gruppi fanno circolare rispetto a un certo argomento non sono solo le norme implicite dettate dalla tradizione, dal senso comune e dalla consapevolezza condivisa di una comunità. In molte circostanze, il modo in cui le società cercano d'irreggimentare la circolazione di nuovo contenuto semantico è esplicitamente codificato e imposto da un sistema statale di leggi e sanzioni. Proprio come in nessuna comunità il senso comune e la tradizione lasciano che i membri parlino di ciò che vogliono, con chi vogliono, quando e dove vogliono, per il tempo e nel modo che vogliono, così in nessuno stato le leggi consentono ai cittadini di condividere conte-

3. Nel film *The Wolf of Wall Street* (2013) di Martin Scorsese, per esempio, questa domanda ricorre di continuo, a segnalare la perversione dei criteri pragmatici ed etici di conversazione all'interno dell'ambiente affaristico statunitense rappresentato nel film.

nuti senza fissare alcuna regola per la loro limitazione. Anche nelle società che si presumono fra le più liberali, vi sono, sì, argomenti e condizioni pragmatiche rispetto ai quali non vige regola alcuna, ma vi sono anche soggetti e contesti di conversazione i quali sono scrupolosamente regolati, o persino trasformati in aree–tabù.

La nozione di sostenibilità è stata usualmente associata all'impatto delle iniziative umane sull'ambiente. Tuttavia, traendo ispirazione teoretica dalla semiotica di Jurij M. Lotman[4] — il quale modellò la nozione di "semiosfera" a partire da quella, coniata da Vladimir I. Vernadskij[5], di biosfera — ci si potrebbe chiedere: quale genere di circolazione del contenuto semantico nella semiosfera è considerato accettabile, e quale invece non lo è? In un'umanità interconnessa in modo crescente, quali norme implicite e quali regole esplicite, ove ve ne siano, fissano al momento un limite alla quantità di senso che gli esseri umani producono e condividono? Quali limitazioni, se vi sono, sono considerate come inter–culturalmente inammissibili, e quali, al contrario, danno luogo a tabù o persino a divieti legali in modo trasversale rispetto alle culture?

L'analista culturale contemporaneo deve dunque investigare non solo il modo in cui culture differenti implicitamente limitano la conversazione, ma anche il modo in cui stati differenti esplicitamente incoraggiano o scoraggiano la parola pubblica su certi argomenti, soggetti e tematiche. In altri termini, ogni società implicitamente ed esplicitamente fissa un certo standard rispetto al quale la libera conversazione pubblica è considerata come legittima, e al contrario bandisce come moralmente o persino come legalmente inaccettabile condividere contenuti al di là di tali limiti.

Osservare come le società implicitamente o esplicitamente incoraggiano o persino impongono il silenzio su certi argomenti è un punto di partenza efficace di questa investigazione. In quali circostanze le comunità considerano la parola pubblica inammissibile o persino perseguibile, e quali metodi di dissuasione morale o imposizione giuridica vengono adottati per far sì che nessun contenuto semantico venga condiviso su certi argomenti? A seguire, il capitolo si concentrerà, in particolare, sull'analisi della "propaganda per la taciturnità" a partire dalla seconda guerra mondiale.

4. San Pietroburgo, 28 febbraio 1922 – Tartu, 28 ottobre 1993.
5. San Pietroburgo, 12 marzo 1863 – Mosca, 6 gennaio 1945.

13.2. La propaganda per la taciturnità dalla seconda guerra mondiale

Il 30 giugno 1941, i cineteatri italiani proiettarono il "Giornale Luce" n. 157 (Fig. 13.1)[6].

Figura 13.1. Fotogramma iniziale del Cinegiornale "Luce" n. 157. Fotogramma di dominio pubblico.

Preceduto da una colonna sonora dai toni drammatici, un orecchio gigante apparve sullo schermo, affiancato da una mano anch'essa colossale che lo tendeva verso gli spettatori. Una spirale bianca, rapidamente avvitantesi sullo schermo, attirava poi gli sguardi verso l'enorme padiglione. Comparve allora una scritta in bianco, sovraimposta all'immagine con il tipico carattere "Mostra" della tipografia fascista. Riempiendo rapidamente lo schermo, la frase recitava:

> Camerati che forgiate nelle officine le armi ed i mezzi della vittoria, ricordate che siete combattenti fra i combattenti. Nulla esca dalla vostra bocca che si riferisce al vostro lavoro, alla nostra produzione bellica, a tutto ciò che vedete e udite durante il giornaliero lavoro.

6. Come è noto, il "Giornale Luce" era il cinegiornale fascista prodotto dall'omonimo istituto a Roma a partire dal 1927 (per un'introduzione alla storia del Giornale, si leggano Laura 2000 e Passarelli 2006). I cinegiornali "Luce" sono attualmente visionabili presso l'archivio "Luce" nel sito del Senato della Repubblica Italiana: http://senato.archivioluce.it/senato-luce/home.html.

Con una dissolvenza incrociata, l'orecchio gigante lasciava poi lo schermo a una caverna, e la caverna all'immagine di un aeroplano che affondava una nave militare. Il cinegiornale terminava con uno dei più noti slogan della propaganda fascista: "Tacete! Il nemico vi ascolta. Tacete!"

Nei mesi precedenti, la marina italiana aveva subito perdite pesanti: il 25 febbraio 1941, il sottomarino britannico *HMS Upright* aveva affondato l'incrociatore italiano *Armando Diaz*; il 27 febbraio, l'incrociatore della divisione neozelandese *HMS Leander* aveva affondato il mercantile italiano armato *Ramb I* al largo delle Maldive; il 24 maggio, solo une mese prima della proiezione del cinegiornale appena descritto, il sottomarino britannico *HMS Upholder* aveva silurato e affondato il transatlantico italiano *SS Conte Rosso*, usato come nave militare dal Governo Italiano.

Il cinegiornale, diretto dal regista italiano Arnaldo Ricotti, era parte di una serie di quattro cortometraggi (il primo, n. 156, fu proiettato all'inizio di giugno del 1941; l'ultimo, il n. 159, il 7 luglio del 1941; i primi due erano stati diretti da Ricotti, gli ultimi due dal regista italiano Arturo Gemmiti). Essi avevano target leggermente differenti e mostravano lievi variazioni, ma si concentravano tutti sullo stesso messaggio: il silenzio era l'arma migliore contro lo spionaggio e il sabotaggio. I cinegiornali adottavano allora tutti l'immagine dell'orecchio mostruoso e il medesimo slogan: "Tacete, il nemico vi ascolta! Tacete!"

Durante la partecipazione dell'Italia fascista alla seconda guerra mondiale, non solo i cinegiornali, ma anche altri media veicolarono lo stesso messaggio. La figura dell'orecchio gigante era in effetti una citazione visiva da un poster di Gino Boccasile[7], uno dei più fervidi e prolifici illustratori della propaganda fascista[8]. Nel 1941, egli creò un poster nel quale la testa con elmetto di un soldato britannico figurava nell'atto di tendere l'orecchio verso lo spettatore[9], la mano destra a orientare il padiglione verso il primo piano dell'immagine. Lo slogan "Il nemico vi ascolta. Tacete!" era sovraimpresso all'immagine con pennellate larghe e vivaci (Fig. 13.2).

7. Bari, 14 luglio 1901 – Milano, 10 maggio 1952.

8. Su Boccasile si legga Guerri 1982. Un'introduzione all'iconografia dei poster bellici è in Aulich 2007; un'introduzione alla storia dei manifesti di propaganda bellica in Italia è in Row 2002; si vedano anche James 2009, Facon 2013 e Eybl 2014 sulla prima guerra mondiale; sulla seconda guerra mondiale, Paret, Lewis e Paret 1992, Lamonaca e Schleuning 2004 e Passera 2005.

9. Sull'immagine del nemico nella propaganda bellica fascista si veda Sciola 2009.

Figura 13.2. Il poster di Gino Boccasile. Immagine di dominio pubblico.

La stessa iconografia e lo stesso slogan circolavano poi anche su altri supporti. Nel 1942, il Servizio Postale Italiano produsse una speciale cartolina per le forze armate, la quale mostrava su un lato una riproduzione del poster di Boccasile, mentre l'altro lato era vuoto, in modo che vi si potessero scrivere un messaggio e l'indirizzo del destinatario[10]. L'intenzione dietro la cartolina era chiara: il supporto stesso della scrittura doveva ricordare ai soldati che, nel comunicare con i propri cari, essi non dovevano rivelare alcuna informazione strategica. Infatti, specialmente fra il 1941 e il 1943, lo slogan "tacete!" comparve dappertutto: nei cinegiornali, nei poster, sulle cartoline, ma anche in oggetti quotidiani come calendari e spille (le quali adottavano la seconda personale singolare del verbo, più diretta: "Taci!"). Lo slogan figurava anche in alcuni luoghi pubblici nei quali

10. Per un approfondimento, si veda Vittori 1945.

era probabile che la gente si riunisse a parlare (a Ottati, in provincia di Salerno, si può leggere ancora oggi, in via Pantuliano, la scrittura murale fascista "TACI. VINCEREMO" [Fig. 13.3]).

Figura 13.3. Scrittura murale fascista ad Ottati, Salerno. Fotografia dell'autore.

L'iconografia fascista del silenzio era sfaccettata: in un poster, il nemico era raffigurato come una spia in borghese, la quale orecchiava una conversazione da bar nascondendosi dietro un quotidiano aperto; in un altro poster, lo slogan "tacete" proveniva da una donna anziana, in primo piano, accompagnata dal messaggio "non tradite mio figlio" sullo sfondo di una battaglia.

Il *SIM, Servizio Informazioni Militare*, stava in effetti moltiplicando, proprio in quegli anni, le attività di controspionaggio. Nei quasi quattro anni di guerra, dal 10 giugno del 1940 all'8 settembre del 1943, i Tribunali Speciali processarono 163 casi di spionaggio e 293 di sabotaggio, dispiegando 1500 uomini sotto la direzione del Generale Cesare Amè[11]. Tuttavia, questa coercizione da sola non era sufficiente. Gli italiani dovevano essere persuasi a tacere su tutto ("tacere tutti su tutto", recitava un altro slogan dell'epoca), non solo perché la conversazione era una possibile fonte d'in-

11. Cumiana, Torino, 18 novembre 1892 – Roma, 30 giugno 1983; sulle attività del SIM durante la seconda guerra mondiale si veda Longo 2001.

formazione per il nemico, ma anche perché eliminare la parola pubblica era il modo migliore per prevenire ogni scintilla di dissidenza interna.

Vi è una letteratura abbondante sulla propaganda fascista in Italia, in special modo sull'iconografia prodotta durante la seconda guerra mondiale. Tuttavia, il corpus d'immagini e altri messaggi che intendevano propagare una "cultura del silenzio" non sono ancora stati fatti oggetto di un'investigazione comparata e approfondita[12]. Questo corpus è invece interessante per numerosi aspetti.

In primo luogo, la natura semiotica di questa propaganda era paradossale: essa dispiegava una vasta schiera di messaggi, media e supporti al fine d'inculcare nella popolazione italiana un'ideologia di non–comunicazione. In secondo luogo, questo sforzo non era una peculiarità della propaganda fascista italiana. Nel 1940, la DPA, *Deutsche Propaganda Agentur*, aveva creato un poster analogo: sullo sfondo di una fabbrica, esso raffigurava un operaio con la testa d'oca e il becco spalancato. Lo slogan chiariva il significato dell'immagine: "Schäm Dich, Schwätzer! Feind hört mit–Schweigen ist Pflicht!" ["Vergognati, chiacchierone! Il nemico ascolta. Tacere è doveroso!"] (Fig. 13.4).

All'altra estremità dello spettro ideologico, nel 1945, il partito comunista ceco produsse un poster intitolato *Dríve Kolaborant Dnes Panikár* [Prima collaboratore, oggi agitatore][13]. Raffigurava un ex–collaboratore dei nazisti divenuto agitatore desideroso di seminare il panico. Lo slogan del poster recitava: "I traditori e i fascisti diffondono la mancanza di fede nella costruzione dello stato ceco: Riduceteli al silenzio!".

Tuttavia, questa "iconografia del silenzio" necessita di uno studio comparativo non solo perché fu dispiegata in diversi regimi dittatoriali, ma anche e specialmente perché essa, paradossalmente, circolò anche nelle democrazie. Le collezioni del Wolfsonian Institute–Florida International University contengono numerosi poster prodotti e diffusi (specie nel biennio 1942–3) dal *Printing Office* del Governo USA, poster il cui nucleo tematico sono le cosiddette "loose lips", "lingue sciolte" [letteralmente, "labbra sciolte"]: "The Sound That Kills" [Il suono che uccide] (Eric Ericson, 1942); "Someone Talked" [Qualcuno ha parlato] (Frederick O. Siebel,

12. Uno studio pionieristico in questa direzione, ma concentrato soprattutto sul contesto tedesco, è Fleischer 1994.

13. Disegnato da Návrh Stepán e A. Haase, 130,2 x 97,8 cm, Collezione di oggetti de *The Wolfsonian*, Florida International University.

Figura 13.4. Poster della DPA, *Deutsche Propaganda Agentur*. Immagine di dominio pubblico.

1942); "The Enemy is Listening" [Il nemico sta ascoltando] (William H. Shuster, 1942, disegno); "Closed for the Duration: Loose Lips Can Cost Lives" [Temporaneamente chiuso: le lingue sciolte costano vite] (Howard Scott, 1942); "Loose Talk Can Cost Lives" [La chiacchiera senza freni (letteralmente, "la chiacchiera slegata") può costare vite] (Holm Gren, 1942); "Sailor Beware! Loose Talk Can Cost Lives" [Marinaio fa attenzione! La chiacchiera senza freni può costare vite] (John Philip Falter, 1942); "A Careless Word… A Needless Sinking" [Una parola incauta… un affondamento innecessario] (1942, Anton Otto Fischer); "Button Your Lips! Loose Talk Can Cost Lives" [Abbottonati le labbra! La chiacchiera senza freni può costare vite]; "Be Smart Act Dumb! Loose Talk Can Cost Lives" [Sii furbo, fai il muto! La chiacchiera senza freni può costare vite] (1942, entrambi disegnati da Otto Soglow); "Don't Be a Dope and Spread Inside Dope: Loose Talk Can Cost Lives" [Non essere tonto a diffondere stupidaggi-

ni: la chiacchiera senza freni può costare vite] (1942, Cecil Calvert Beall); "Loose Talk Can Cost Lives" [La chiacchiera senza freni può costare vite] (Stevan Dohanos, 1942); "Bits of Careless Talk are Pieced Together by the Enemy" [Frammenti di chiacchiera incauta sono messi insieme dal nemico] (Stevan Dohanos, 1943); "Serve in Silence" [Servi in silenzio] (Clay Spohn, 1935–45).

Alcuni di questi poster tematizzavano esplicitamente il dilemma di articolare un'"ideologia del silenzio" con una "cultura della libertà di parola". Il poster "Free Speech Doesn't Mean Careless Talk!" [La libertà di parola non significa chiacchiera incauta] (Ess Ar Gee, 1939–45), per esempio, ricorreva (come il poster tedesco) all'immagine di un animale (in questo caso, un pappagallo) al fine di rappresentare e allo stesso tempo denigrare la chiacchiera senza limiti (Fig. 13.5).

Figura 13.5. Poster di Ess Ar Gee per il *Printing Office* del Governo USA. Immagine di dominio pubblico.

Ess Ar Gee (Seymour R. Goff) era anche il disegnatore di quello che è probabilmente il poster più famoso e iconico della serie, "Loose Lips Sink Ships" [Le lingue sciolte affondano navi], il cui slogan è divenuto un'espressione idiomatica in inglese.

Le collezioni del Wolfsonian contengono anche alcuni poster britannici analoghi, come "He's in the Silent Service: Are You?" [Egli è silenziosamente in servizio: lo sei anche tu?]; "Watch Your Talk for His Sake" [Sorveglia la tua chiacchiera, fallo per lui] ; "Careless Talk May Cost His Life" [La chiacchiera incauta può costargli la vita]; "Ports are Often Bombed When Convoys are in Because Somebody Talked" [Sovente i porti vengono bombardati quando vi è la flotta perché qualcuno ha parlato] (H.M. Stationery Office [ufficio per la stampa di Sua Maestà], 1939–45); "Beware the Walls Have Ears" [Fai (o fate) attenzione, i muri hanno orecchie] (Jack Leonard and Walls Have Ears Organization [organizzazione "I muri hanno le orecchie"], 1939–45)[14].

Questi poster, i loro slogan e la loro iconografia sono interessanti per la semiotica da più punti di vista. In primo luogo, rappresentano un caso estremamente significativo di persuasione visiva, e in particolare di propaganda per immagini. In secondo luogo, costituiscono un corpus intrigante, non solo perché erano progettati per promuovere il silenzio attraverso la comunicazione verbale e visiva, ma anche perché — nel caso della "propaganda per il silenzio" degli USA e del Regno Unito — dovevano inculcare nei cittadini un'"ideologia della taciturnità" mentre sbandieravano, simultaneamente, la difesa della libertà di parola contro i regimi autocratici di Italia e Germania.

Da questo punto di vista, la ricerca a proposito di tali immagini si ricollega a quella riguardante la più vasta "iconografia del silenzio". Giusto per fornirne un esempio[15], la figura dell'orecchio gigante si ritrova nell'iconografia della propaganda del controspionaggio giapponese durante la seconda guerra mondiale, come nella Figura 13.6[16]:

14. Sui poster britannici durante la seconda guerra mondiale, si veda Slocombe 2014.

15. Un classico studio "warburghiano" sui poster di propaganda bellica è Ginzburg 2001.

16. Ringrazio molto il Dottor Ogawa Hitoshi per avermi aiutato a decodificare questa immagine.

Figura 13.6. Carta da gioco prodotta del controspionaggio giapponese durante la seconda guerra mondiale. Immagine di dominio pubblico.

Essa riproduce una coppia di carte da gioco giapponesi del tipo noto come *Iroha Karuta* [いろはかるた][17], solitamente usate da bambini e ragazzi in età scolare[18] per accrescere l'abilità di lettura e memorizzare proverbi tradizionali giapponesi e il loro contenuto educativo. In questo caso,

17. "Iroha" (いろは) è un riferimento a un poema giapponese, probabilmente di epoca *Heian* [平安時代] (794–1179 CE), la cui prima esistenza è datata al 1079. Esso ha la particolarità di essere sia un pangramma che un isogramma, ovvero contiene tutte le sillabe dell'alfabeto giapponese solo una volta. Il termine "karuta" "かるた", invece, trascrive la parola portoghese "carta", in quanto furono proprio i portoghesi, nel sedicesimo secolo, a popolarizzare le carte da gioco in Giappone. L'*Iroha Karuta* è dunque un tipo di gioco con le carte basato sull'alfabeto sillabico giapponese.

18. Le carte si dividono in due mazzi da 47 + 1 carte ciascuno. Quelle del primo mazzo contengono il testo di altrettanti proverbi, ognuno dei quali comincia con uno dei diversi *kana* [仮名, trascrizioni sillabiche] dell'alfabeto giapponese; quelle del secondo, invece, contengono immagini che rappresentano tali proverbi. Il gioco misura l'abilità dei partecipanti nell'associare le carte del primo mazzo con quelle del secondo.

però, il proverbio è stato sostituito da uno slogan bellico propagandistico in *katakana*[19], il quale recita:

yu（ユ）dan（ダン）ni（ニ）
te（テ）ki（キ）ga（ガ）
me（メ）wo（ヲ）tsu（ツ）ke（ケ）ru（ル）

yudann ユダン = 油断 = la disattenzione
ni ニ = a
teki テキ = 敵 = il nemico
ga ガ = particella segnacaso che indica il soggetto della frase nella grammatica giapponese
mewotsukeru メヲツケル = 目を付ける = approfittarsi di

"Il nemico approfitta della tua disattenzione", dunque; l'immagine che fa da sfondo a tale slogan specifica l'oggetto della disattenzione. Esso raffigura un porto militare nella parte superiore dell'immagine, un aeroporto nella parte inferiore, con l'indicazione "18 3 1", ossia 1 marzo 1943, data di produzione della carta. La carta sulla sinistra, invece, la quale fa coppia con la prima, segnala visivamente chi approfitterà di questa disattenzione, attraverso il richiamo alla parola giapponese corrispondente "ユダン" nella prima sillaba che la compone, "ユ", ben visibile in alto a destra in bianco su sfondo rosso; attraverso l'immagine di una mano guantata — probabilmente, quella di una spia — che raccoglie uno scritto con informazioni militari incautamente lasciato in giro; e soprattutto attraverso la raffigurazione di un muro blu dal quale emergono un grande occhio che tutto vede e un grande orecchio che tutto ascolta.

Come la propaganda del controspionaggio fascista, dunque, così quella militarista nipponica ricorreva alla figura dell'orecchio gigante. Tuttavia, questa figura non era nuova. La si incontra già nei manga moralizzati della metà dell'Ottocento, come nel famoso *Shingaku osana etoki* [心学推絵時, "filosofia morale illustrata per bambini"] di Utagawa Kuniyoshi[20] (1842) (Fig. 13.7):

19. [片仮名]; uno dei tre sistemi di trascrizione sillabica utilizzato dal giapponese.
20. 歌川 国芳; 1° gennaio 1798 – Edo, 14 aprile 1861.

Figura 13.7. Stampa dello *Shingaku osana etoki* di Utagawa Kuniyoshi. Immagine di dominio pubblico.

Intitolata *kabe ni mimi ari* [壁に耳あり], letteralmente "i muri hanno orecchie" — parte del detto giapponese che di solito continua con "shōji ni me ari" [障子に目あり], "le porte[21] hanno occhi" — questa stampa doveva inculcare nei bambini giapponesi di metà Ottocento, ma anche negli adulti, attraverso un'iconografia divertente, l'idea che la conversazione fosse sempre un fatto potenzialmente pubblico, osservabile, e dunque censurabile. La figura dei "muri con le orecchie" si trova in molte culture tradizionali, cosicché quando i poster fascisti [o anche quelli militaristi giapponesi, come quello della Figura 13.8[22]] attribuirono questo orecchio gigante a uno spione

21. O finestre, del tipo caratteristicamente giapponese, scorrevoli, in legno e carta.

22. L'ideologia della taciturnità circolò in Giappone anche attraverso canzoni, recentemente raccolte in un album (JAPAN'S SPY PREVENTION SONGS 1931–1943 / あなたは狙われている~防諜とは~スパイ歌謡全集 1931–1943) (si veda Orbaugh 2015); sulla propaganda bellica in Giappone durante la seconda guerra mondiale si consulti l'opera in 4 volumi 北山節郎 [Kitayama Setsurō] 1997 e 大空社 [Ōzorasha] 2000.

nemico, invisibile e pernicioso, essi non lo crearono *ex nihilo* ma riattivarono invece un antico immaginario, le cui ramificazioni includevano, in Europa, anche l'iconografia religiosa del peccato (l'occhio gigante di dio che vede e giudica ogni cosa era sostituito dall'orecchio gigante del nemico che tutto ascolta; tuttavia, la propaganda per la taciturnità alludeva anche al fatto che, mentre lo spione origliava l'incauto chiacchierone, il regime stava di fatto sorvegliandoli entrambi, e li avrebbe puniti di conseguenza).

Figura 13.8. Poster del controspionaggio civile [市民防諜, *shimin bōchō*] per propagandare la settimana del controspionaggio [防諜週間, *bōchō shūkan*] e intimare il rispetto delle sue "cinque ammonizioni"[23] [五訓ヲ守レ][24].

23. La terza recitava proprio "言葉を慎み, 機密を洩すな" [*kotoba o tsutsushimi, kimitsu o mo su na*], ovvero "sia discreto e non riveli informazioni segrete".

24. Ringrazio la Dottoressa Katagiri Ako per avermi aiutato a decifrare questo poster.

In terzo luogo, questo corpus costituisce un fondamentale termine di paragone al fine di comprendere cruciali questioni contemporanee, quali quelle che scaturiscono dalla problematica relazione dei governi democratici attuali con la libera conversazione nei *social network*, con le teorie del complotto, con il *data mining*, ecc.

Lo studio delle retoriche pubbliche e della propaganda per la taciturnità dalla seconda guerra mondiale in poi deve dunque implicare: 1) un'esamina sistematica di poster e altri artefatti che promuovono il silenzio su certi argomenti come attitudine socialmente o giuridicamente legittima; 2) la ricostruzione del contesto storico e materiale di produzione di questi oggetti; 3) l'analisi semiotica del loro specifico messaggio visivo e verbale, con l'identificazione del loro target, della loro ideologia e dei loro effetti previsti; 4) la comparazione della "propaganda per la taciturnità" in diversi paesi, società e culture, con specifica attenzione alla differenza fra paesi democratici e autocratici; 5) la proposta di una lettura *gender* di questi materiali: in molti casi, infatti, le donne vi sono esplicitamente o implicitamente evocate come "anello debole" nella catena della taciturnità[25].

13.3. Ideologie del silenzio

Tutte le società impongono limiti alla libera circolazione di conoscenza, informazione e altri contenuti semantici. Alcuni di questi limiti sono imposti per ragioni economiche. È questo il caso del copyright: in molti paesi, non si possono riprodurre liberamente un film, un'immagine, una canzone o una lunga citazione da un libro. Si devono rispettare le leggi sul diritto d'autore e le sue prescrizioni. Altri limiti sono imposti per ragioni morali. In molte società, per esempio, la cosiddetta "pornografia" è soggetta a limiti di diffusione. Tuttavia, la conversazione pubblica può essere ristretta anche per ragioni politiche, per esempio quando un Paese è in guerra contro un altro. In tempi di pace, tali restrizioni sono spesso allentate, ma di solito non vengono mai eliminate del tutto. Le costituzioni di molti Paesi democratici al momento contengono norme contro la rivelazione illegale d'informazioni rilevanti per la sicurezza nazionale. Molte delle questioni più controverse delle società contemporanee con-

25. A tal proposito, si veda Chetty 2004.

cernono esattamente la tensione fra, da un lato, la necessità di proteggere la libertà di parola e, dall'altro lato, il bisogno di difendere gli interessi dello stato. La situazione è complicata in modo paradossale a causa del fatto che, mentre molti stati impongono limiti alla quantità di contenuto che i cittadini possono far liberamente circolare, gli stessi stati allentano tali limiti, specialmente in periodi di tensione internazionale, in merito alla quantità d'informazione che essi possono raccogliere da conversazioni private. Così, da un lato lo Stato regola la conversazione pubblica, mentre dall'altro monitora quella privata.

In entrambe le attività, tuttavia, la coercizione non è mai sufficiente, così come non era sufficiente durante la seconda guerra mondiale. Le leggi devono essere accompagnate da uno sforzo continuo di persuasione e propaganda, i cui esiti congiunti mirano a inculcare nei cittadini una certa ideologia della parola, a fissare un determinato equilibrio fra l'espressione e la taciturnità. In effetti i governi non possono limitarsi a imporre uno standard ideale di conversazione pubblica sostenibile. Essi devono anche appoggiarlo attraverso un continuo sforzo di propaganda, teso a convincere i cittadini che, per esempio, Edward Snowden non era un eroe ma un traditore, in quanto la sua condotta metteva in pericolo gli interessi della sicurezza nazionale.

Inoltre, a seguito di questa propaganda di Stato, i cittadini spesso mostrano una tendenza a interiorizzarne gli standard, le leggi e le restrizioni. In altre parole, essi sviluppano abiti comunicativi che cessano d'interrogarsi rispetto ai fondamenti di queste limitazioni. Perché la fotografia di un dipinto non dovrebbe essere liberamente riprodotta? Perché la sessualità non dovrebbe essere oggetto di discussione pubblica nelle scuole? E perché l'informazione militare dovrebbe essere mantenuta segreta a ogni costo? La sclerosi di questi abiti comunicativi è aggravata dal fatto che la conversazione pubblica al riguardo è mal vista o persino resa illegale, in un circolo vizioso che scoraggia la rinegoziazione della sostenibilità semantica sia all'interno di uno Stato che internazionalmente.

La ricerca semiotica deve reagire contro questa paralisi del dibattito pubblico non certo suggerendo nuovi standard di rivelazione semantica. Alla fin fine, è la società stessa che deve regolare la quantità e la qualità d'informazione che lascia circolare liberamente nella semiosfera. Al contrario, lo studio semiotico delle "ideologie della taciturnità" deve ambire a mostrare le radici storiche, e dunque la natura sempre contingente, de-

gli standard esistenti, segnalando la potenzialità di criteri alternativi. Essa deve sottolineare il ruolo dei governi e delle altre agenzie istituzionali nel promuovere implicitamente o esplicitamente la segretezza e la taciturnità, e indicare i modi in cui questa retorica e propaganda del segreto è strumentale al potere egemonico di certe classi o gruppi di interesse. Nell'epoca dell'interconnessione, nessuna comunità nazionale può astenersi dal negoziare e rinegoziare faticosamente i propri standard di sostenibilità comunicativa a livello internazionale. Ciò di cui si decide di parlare o di non parlare non è più un fatto personale, e non è nemmeno una questione esclusivamente nazionale, ma una decisione che concerne l'intera conversazione globale, continuamente in via di sviluppo. La semiotica può dare un contributo importante nel gettare nuova luce sulle attuali ideologie pubbliche e sulle retoriche della taciturnità.

Capitolo XIV

De immortalibus: il discorso della cultura[1]

> Did you ever know that a flower, once withered and freshened again, became an immortal flower — that is, that it rises again?
>
> (Emily Dickinson, *Letter to A.P. Strong*, 1853)

14.1. Strategie d'immortalità tra scienza e fantascienza

Nel 1985 Bruce Sterling,[2] guru della cultura cyberpunk, dava alle stampe il romanzo fantascientifico *Schismatrix* (Sterling 1985), tradotto in italiano come *La matrice spezzata*.[3] L'umanità vi si divide in due gruppi, continuamente in lotta per il dominio assoluto: da un lato gli *Shapes*, tradotto in italiano con "Plasmatori"; dall'altro i *Mechs*, i "Meccanisti". Le due fazioni si contrappongono per il diverso approccio alla vecchiaia. I primi procrastinano la morte grazie a biotecnologie, ingegneria genetica e psicologia avanzata (è così che hanno ottenuto un'intelligenza superiore e una traspirazione inodore); i secondi l'allontanano attraverso intelligenza artificiale e bionica, sostituendo parti corporee con tecnologia avanzata. Questa differenza si riflette in contrapposti modelli economici e politici. Scrive Sterling:

> I Vecchi Radicali [ossia i Meccanisti] mantenevano il potere all'interno degli ospedali da essi governati. Questi antichi aristocratici, ognuno vecchio ben più di un secolo, erano rabberciati con hardware meccanista progredito, la loro vita allun-

1. Una versione precedente di questo saggio è stata presentata in occasione del convegno *Smart Heritage symposium*, Torino, Circolo dei Lettori, 5 giugno 2012; ringrazio gli organizzatori per l'opportunità; è stata poi pubblicata come Leone (2019) *Turismo*.
2. Brownsville, 14 aprile 1954.
3. In seguito incluso nella raccolta *Schismatrix Plus* insieme ad altri cinque racconti della stessa saga (Sterling 1996; in italiano: *La matrice spezzata: Ciclo completo*, 1996).

> gata grazie alla tecnologia prostatica d'importazione. Ma le spese mediche stavano mandando in fallimento la Repubblica. Il loro mondo era già spaventosamente indebitato con il cartello della medicina–Mech. Ben presto la Repubblica sarebbe diventata uno stato–cliente della Mechanist. Ma i plasmatori stavano usando il loro arsenale di tentazioni. Anni addietro avevano addestrato e indottrinato Lindsay e Constantine. Tramite questi due amici, i capi della loro generazione, i Plasmatori sfruttavano il furore dei giovani, che si vedevano derubati dei loro diritti di nascita a tutto profitto dei Meccanisti. (Sterling 1996, p. 3)

L'immaginazione del futuro, quando è efficace, rivela elementi essenziali del presente (De Maria 2011). Dieci anni dopo la pubblicazione di *Schismatrix*, Robin Holliday,[4] biologo molecolare e gerontologo di fama internazionale, pubblicava *Understanding Ageing*, presto divenuto un classico sulla biologia dell'invecchiamento (Holliday 1995). Il settimo capitolo s'intitola "Immortalità" (ivi: § VII). Il concetto, che il lettore comune associa perlopiù a miti religiosi o invenzioni letterarie, costituisce per i gerontologi un serio problema scientifico. Scrive Holliday: "[…] è istruttivo prendere in considerazione ciò di cui necessiterebbe un organismo complesso come quello dei mammiferi per raggiungere uno stato stazionario o di equilibrio con il potenziale di una sopravvivenza indefinita" (ivi: p. 148).

Gli scienziati immaginano l'immortalità in modi non lontani da quelli prefigurati da Sterling; da un lato, facendo affidamento sul potenziale di rigenerazione interno all'organismo: i meccanismi biologici che permettono il rinnovamento della cute e del sangue, o anche delle proteine a vita lunga, come il collagene, potrebbero essere sfruttati per fornire al corpo la capacità di rigenerarsi interamente. È risaputo che i neuroni, sede dell'apprendimento e della memoria, sono cellule post–mitotiche a lunga vita, non rigenerabili. Ma è noto anche che alcuni uccelli cantano una nuova melodia a ogni stagione sostituendo alcune delle loro cellule cerebrali. Se ciò fosse possibile anche agli uomini, ipotizza Holliday, questa sostituzione realizzerebbe l'utopia di un'immortalità cerebrale, con i paradossali problemi di memoria e identità che ne deriverebbero.

Dall'altro lato, accanto a questa prima possibilità di auto–rigenerazione, Holliday ne segnala una seconda, che trae invece la sua forza da risorse

4. Protettorato britannico della Palestina, attuale Israele, 6 novembre 1932 – Londra, 9 aprile 2014.

esterne all'organismo. Il trapianto e la sostituzione di parti (come la denomina Holliday) ne sono l'esempio.

La divisione fantascientifica fra Plasmatori e Meccanisti rispecchia quella gerontologica fra rigenerazione interna ed esterna dell'organismo. Sterling immaginava due fazioni attorno ad altrettanti modi di progettare l'immortalità. Holliday ipotizzava due strategie gerontologiche basate su tali modi. È forse possibile concepire secondo questa dicotomia non solo l'invecchiamento e l'immortalità degli organismi biologici, ma anche di quelli culturali? Da che le teorie di Darwin si sono diffuse e affermate, non si tratta di un'ipotesi nuova.

14.2. Mortalità e immortalità delle culture

Nel 1893 Alois Riegl[5] dava alle stampe un libro–chiave della moderna teoria delle culture, *Stilfragen: Grundlegungen zu einer Geschichte der Ornamentik*, tradotto in italiano come *Problemi di stile: Fondamenti di una storia dell'arte ornamentale*. Storico, filologo, archeologo, e teorico dell'arte, formatosi presso la scuola di Vienna[6], dal 1886 al 1897 Riegl curò le ricchissime raccolte imperiali di tessuti dell'*Österreichisches Museum*, nella capitale austriaca. Influenzato soprattutto dagli scritti del teorico dell'architettura Gottfried Semper[7], e dal suo acclamato studio di stilistica architettonica comparata *Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten oder praktische Aesthetik* (1977)[8], Riegl maturò una concezione evoluzionista degli stili decorativi. Gli stili artistici, architettonici e soprattutto decorativi evolvono alla stregua di organismi viventi, secondo un percorso che ne prevede una genesi, uno sviluppo e, inesorabilmente, una vecchiaia. Pur prendendo le distanze dal rigido determinismo evoluzionista di Semper, Riegl confessa più volte il proprio debito con Darwin:

5. Linz, 14 gennaio 1858 – Vienna, 17 giugno 1905.

6. I cui membri, come affermava Schlosser, traevano i loro principi teorici dal connubio fra direzione e organizzazione di una grande raccolta e studio comparato a livello universitario (Schlosser 1934).

7. Amburgo, 30 novembre 1803 – Roma, 15 maggio 1879.

8. Opera di cui i primi due volumi apparvero nel 1860 e nel 1863, mentre il terzo rimase incompiuto. Per una critica all'ideologia evoluzionista di Semper, Ginzburg 1998.

> Il parallelo tra il darwinismo e il materialismo in arte mi sembra appropriato, tanto più che tra di essi vi è senza dubbio un intimo nesso causale, in quanto la concezione della corrente materialistica sulle origini dell'arte di cui stiamo parlando non è altro, per così dire, che la trasposizione del darwinismo sul piano della vita dello spirito. (Riegl 1893, p. 2)

Se il concetto di senescenza delle forme artistiche resta perlopiù implicito negli scritti di Riegl, esso viene esplicitamente teorizzato nella filosofia dell'arte di Henri Focillon[9]. Da molti considerato come il più autorevole e influente storico e teorico dell'arte francese della sua epoca, in *Vie des formes* (*Vita delle forme*), pubblicato per la prima volta nel 1934, Focillon non si riferisce al darwinismo tanto apertamente quanto Riegl, ma vi s'ispira per il tramite indiretto della filosofia francese del suo tempo, e in particolare di Taine[10]. Secondo Focillon, "Parler de la vie des formes, c'est évoquer nécessairement l'idée de succession"[11] (Focillon 1934, p. 56), e quindi anche di senescenza. Infatti, continua Focillon, "C'est du cadre même de notre vie que nous vient la mesure du temps, et la technique de l'histoire calque, à cet égard, l'organisation naturelle"[12] (ivi: p. 57). E ancora: "Balzac écrit dans un de ses traités politiques : «Tout est forme, et la vie même est une forme». Non seulement toute activité se laisse discerner et définir dans la mesure où elle prend forme, où elle inscrit sa courbe dans l'espace et le temps, mais encore la vie agit essentiellement comme créatrice de formes. La vie est forme, et la forme est le mode de la vie"[13] (ivi: p. 6).

Descrivere l'evoluzione di una forma, o di un gruppo di forme artistiche, così come si racconta il percorso della vita di un organismo, dalla nascita fino all'inevitabile vecchiaia, era il desiderio ambizioso di Focillon, il quale in *Vie des formes* oscilla costantemente tra un evoluzionismo ma-

9. Digione, 1881 – New Haven, 3 marzo 1943.

10. Hippolyte Adolphe Taine, Vouziers, 21 aprile 1828 – Parigi, 5 marzo 1893.

11. "Evocare la vita delle forme, significa evocare necessariamente l'idea di successione" (trad. trad. it. S. Bettini, G. Guglielmi [1972], p. 79).

12. "È dal quadro stesso della nostra vita che ci deriva la misura del tempo, e sia la tecnica che la storia ricalcano, a questo proposito, l'organizzazione naturale" (trad. it. S. Bettini, G. Guglielmi [1972], p. 80).

13. "Balzac scrive in uno dei suoi trattati politici 'tutto è forma, e la vita stessa è una forma'. Non solo ogni attività si lascia discernere e definire nella misura in cui essa prende forma, ove essa inscrive la sua curva nello spazio e nel tempo, ma anche la vita agisce essenzialmente come creatrice di forme. La vita è forma, e la forma è il modo della vita" (trad. it. S. Bettini, G. Guglielmi [1972], p. 2).

terialista, analogo a quello di Riegl, e un darwinismo metaforico, in cui il concetto di vecchiaia degli elementi culturali deriverebbe soprattutto dall'incapacità umana di sfuggire da un lato alle maglie del tempo, dall'altro ai processi di antropomorfizzazione che esse impongono all'umana immaginazione della storia: "Une conséquence remarquable de cet organicisme consiste à faire commencer chaque siècle par une espèce d'enfance qui se continue par la jeunesse, elle–même remplacée par l'âge mûr, puis par la décrépitude"[14] (ivi: p. 57).

Se Sterling immaginava due strategie d'immortalità biologica, una per riviviscenza dall'interno, l'altra per rigenerazione dall'esterno, e se Holliday confermava la futuribilità scientifica di queste visioni letterarie, una corrente della moderna teoria della cultura, qui esemplificata con riferimento a Riegl e Focillon, pensa ai costrutti culturali come a esseri viventi, che nascono si sviluppano e deperiscono lungo una parabola organica.

Né Riegl né Focillon, tuttavia, si ponevano il problema di una rigenerazione della cultura. Per entrambi il declino delle forme artistiche e culturali è inevitabile. Il cerchio si chiude invece se si considerano alcune delle più recenti teorie sul patrimonio culturale, soprattutto in riferimento alla sua generatività e rigenerabilità socio–culturale ed economica.

14.3. Reviviscenza del patrimonio culturale

Nel 2011 Nina Bandelj e Frederick F. Wherry, specialisti di teoria economica del patrimonio culturale, hanno pubblicato per i tipi della Stanford University Press una raccolta di saggi intitolata *The Cultural Wealth of Nations* (Bandelj e Wherry 2011), con evidente riferimento al classico di Adam Smith del 1776. Nell'introduzione scrivono: "[…] le riserve di risorse culturali potrebbero cambiare nel tempo. Monumenti, oggetti rari, e racconti possono maturare, invecchiare, e aumentare di valore, o possono atrofizzarsi man mano che le narrazioni divengono scialbe e meno efficaci nel raggiungere la loro audience"[15]. Il patrimonio culturale viene

14. "Una conseguenza notevole di questo organicismo consiste nel fare cominciare ogni secolo da una specie d'infanzia, che continua nella giovinezza, la quale a sua volta viene sostituita dalla maturità, e poi dalla vecchiaia" (trad. it. S. Bettini, G. Guglielmi [1972], p. 80).

15. "[…] stocks of cultural resources may change over time. Monuments, rare objects, and narratives may mature, growing older and more valuable, or they may atrophy as the

concepito non come un accumulo inerte, bensì come un'entità dinamica la cui parabola, alla Riegl o alla Focillon, è immaginata con metafora biologica. Diventa centrale l'idea di narrazione: ciò che matura, cresce, ed eventualmente si atrofizza o muore non sono gli oggetti che compongono l'ontologia del patrimonio, bensì i racconti che ne costruiscono il valore socio–culturale. Vi è una sorta di "svolta semiotica" anche nella teoria economica del patrimonio culturale e del suo marketing. Come scrivono Bandelj e Wherry: "Le prove iniziano ad accumularsi. Il successo economico risulta dalle risorse simboliche — narrazioni collettive, reputazioni, status, e idee — che le nazioni, le regioni, e le comunità hanno a loro disposizione"[16].

Da un lato, diventa sempre più evidente il potenziale economico del patrimonio culturale, soprattutto nelle economie in via di sviluppo. Secondo le statistiche più recenti, gli introiti da turismo culturale hanno raggiunto un valore di 1.7 trilioni di dollari nel 2018 (World Tourism Organization 2019), costituendo così il secondo o in certi casi addirittura il primo generatore di scambi commerciali internazionali nella maggior parte dei Paesi in via di sviluppo. Dall'altro lato, diventa altrettanto palese che questo effetto economico può essere spiegato solo in termini narrativi, e precisamente in quell'ambito intrinsecamente semiotico che sta prendendo corpo col nome di "impression studies" [studi sulle impressioni]. Scrivono Bandelj e Wherry: "Suggeriamo che la ricchezza culturale di una nazione derivi dagli attributi di reputazione e dai prodotti culturali di tale nazione"[17]. Il processo di attivazione del valore del patrimonio culturale è dunque intriso di lavoro simbolico e relazionale, così come delle cosiddette "impression management strategies" [strategie di gestione delle impressioni], spesso concettualizzate dalla letteratura sull'argomento come "social performances of value" [performances sociali del valore]. Queste influenzano il modo in cui differenti audience di osservatori, *opinion makers*, produttori e consumatori esperiscono e comprendono la ricchezza culturale (ivi, p. 10).

narratives become dull and less compelling to target audiences" (Bandelj and Wherry 2011, p. 7; trad. mia).

16. "The evidence has begun to accumulate. Economic success results from the symbolic resources — collective narratives, reputations, status, and ideas — that nations, regions, and communities have at their disposal" (ivi: p. 1; trad. mia).

17. "We suggest a nation's cultural wealth derives from the reputational attributes and cultural products of that nation" (ivi: p. 7; trad. mia).

Bandelj e Wherry, così come altri studiosi, definiscono l'*impression management* [gestione delle impressioni] con prevalente riferimento a Goffman:

> L'approccio dell'*impression management* alla ricchezza culturale delle nazioni si concentra sul modo in cui le caratteristiche culturali dei paesi debbano essere gestite strategicamente al fine di generare il tipo d'impressioni favorevoli che potrebbero attrarre nel paese turisti e investitori. Questo approccio adotta le idee di Erving Goffman (1959, 1961) sulla presentazione del sé nella vita quotidiana e le estende a gruppi di agenti e dirigenti, a inclusione delle organizzazioni che agiscono per conto delle nazioni o su incarico governativo per creare il genere d'impressioni che avrebbero effetti economici desiderabili, soprattutto attraverso campagne mediatiche.[18]

Ne emerge l'idea che i gruppi socio–culturali, e in particolare le nazioni, siano disposti all'interno di una gerarchia, a seconda di quanto riescano a produrre valore economico attraverso il racconto del proprio patrimonio culturale. Un po' come nell'organicismo di Riegl o di Focillon, essi sono in continua competizione per risalire i gradini di questa gerarchia o perlomeno per non ridiscenderne. Essere capaci di trasformare il valore simbolico del patrimonio socio–culturale in valore economico significa poterlo rigenerare di continuo — anche in competizione con altri attori sulla scena internazionale — grazie a opportune strategie di gestione delle impressioni e, dunque, della reputazione.

14.4. Gestione *smart* del patrimonio culturale

È allora necessario che il management del patrimonio culturale sia *smart*, da diversi punti di vista. Innanzitutto, come lo sottolinea Alexandra Kowalski

18. "The impression management approach to the cultural wealth of nations focuses on how cultural attributes of countries have to be strategically managed to generate the kinds of favorable impressions that might attract tourists and investors into the country. This approach adopts Erving Goffman's (1959, 1961) ideas about the presentation of self in everyday life and extends them to teams of actors and directors, including organizations acting on behalf of nations or hired by governments to create the kinds of impression that would have desirable economic effects, largely via media campaigns" (ivi; trad. mia).

in un articolo del 2011, "When Cultural Capitalization Became Global Practice: The 1972 World Heritage Convention" (Kowalski 2011), il processo attraverso cui un ente certificatore come l'UNESCO attribuisce lo statuto di "patrimonio culturale dell'umanità" a questa o quella porzione della cultura o della natura non è affatto automatico, ma poggia su un sistema di valorizzazione assai complesso, che fa sì per esempio che una minoranza di Paesi oggi detenga la maggioranza di tali siti. Scrive la Kowalski:

> Includere un Sito del Patrimonio Mondiale nella lista UNESCO in conformità con le procedure della Convenzione presuppone pratiche di capitalizzazione culturale non solo al livello internazionale ma anche a quello nazionale. Completare il genere d'inchiesta preliminare richiesta dagli standard scientifici della Convenzione richiede un apparato di produzione cognitiva e creazione del valore che include università, discipline e studiosi con una minima riconoscibilità internazionale; una burocrazia culturale e/o ambientale che impieghi gli studiosi come esperti o ne addestri di propri; organizzazioni governative e non–governative che si servano di specialisti della cultura e/o dell'ambiente; e un quadro di leggi che prescriva la conservazione come una capacità dello stato e un dovere collettivo della nazione.[19]

Da questo e altri studi emerge che il riconoscimento globale del patrimonio culturale, tanto ambíto soprattutto nei termini della sua capitalizzazione economica, non nasce e si rigenera spontaneamente, ma viene guidato da una precisa burocrazia del valore culturale. Più questa burocrazia è pesante, lenta, convoluta, e meno è in grado di spingere questo o quell'insieme di oggetti culturali verso gradini più alti della gerarchia di valorizzazioni.

Tuttavia, la gestione del patrimonio culturale non si configura come più o meno *smart* solo in base all'efficacia burocratico–amministrativa dei processi di valorizzazione che promuove, ma anche in base alle strategie che essi adottano. Come nei romanzi di Sterling, o nella gerontologia di

19. "Listing a World Heritage Site in accordance with the convention's procedures presupposes practices of cultural capitalization not just at the international level but also at the national level. Completing the kind of preliminary survey required by the scientific standards of the convention requires an apparatus of cognitive production and value creation that includes universities, disciplines, and scholars with minimal international recognition; a cultural and/or environmental bureaucracy employing scholars as experts or training its own experts; governmental and nongovernmental organizations employing cultural and/or environmental specialists; and a framework of laws prescribing conservation as a capacity of the state and the collective duty of the nation" (Kowalski 2011, p. 87; trad. mia).

Holliday, tali strategie possono essere classificate in due macro–categorie, denominate nel titolo del presente scritto con un gioco di parole: patrimonio e matrimonio.

14.5. Strategie patrimoniali

Le strategie patrimoniali sono quelle che mettono l'accento sulla conservazione di oggetti culturali. La denominazione inglese del patrimonio culturale, "cultural heritage", definisce perfettamente questa attitudine. Il patrimonio culturale è ciò che si eredita dal passato, e il primo obbiettivo è quello di preservarlo. La definizione classica di patrimonio culturale, quella di Ashworth, secondo cui il patrimonio culturale sarebbe un "uso contemporaneo del passato" (Ashworth 2003, p. 80), si attaglia precisamente a questa prima macro–categoria, a patto che per "uso" s'intenda soprattutto "mantenimento". L'approccio patrimoniale alla cultura si pone sì il problema della sua rigenerazione, ma cerca di risolverlo un po' come i Plasmatori di Sterling, ossia con esclusivo ricorso a risorse interne. Narrazioni logore vengono rabberciate attingendo al loro stesso tessuto socio–culturale, mentre nuovi oggetti possono essere inclusi nel patrimonio ma secondo un'ottica di capitalizzazione per accumulo più che per generatività; rigide grammatiche valoriali determinano con precisione quali oggetti possano entrare a far parte del patrimonio, quali ne debbano restare esclusi. Come in tutte le trasmissioni patrilineari del valore, anche nel caso della gestione patrimoniale della cultura il primo cruccio è quello dell'autenticità.

La letteratura sull'argomento è abbondantissima. Come sostiene Deepak Chhabra nel suo *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*, pubblicato nel 2010, "l'autenticità è un attributo generico e incontestabile di ogni manifestazione primaria del patrimonio"[20].

La riflessione sul rapporto fra trasmissione patrimoniale del valore culturale e autenticità nasce dalle analisi demistificatrici di MacCannell e Boorstin, rispettivamente del 1973 e 1964. Secondo il primo, ideatore del concetto di "staged authenticity" [messa in scena dell'autenticità], la

20. "Authenticity is a generic and uncontestable attribute of any primary heritage manifestation" (Chhabra 2010, p. 3; trad. mia).

gestione patrimoniale della cultura conduce a una messa in scena della sua autenticità a uso del consumatore, e soprattutto del turista, in modo tale che questi ne risulti sempre frustrato nella sua ricerca di genuinità: il vero patrimonio culturale risiede sempre altrove, nascosto, mentre quello venduto è bastardo, se non orfano, figlio di nessuno. Di diversa opinione è Boorstin, che sin dalla metà degli anni Sessanta sottolinea invece che il turista ricerca proprio questo valore spurio, attraverso ciò che egli definisce "pseudo–eventi".

A partire da queste analisi pionieristiche, la riflessione su patrimonio culturale e autenticità si snoda lungo un percorso che Deepak Chhabra suddivide in quattro tappe: in primo luogo, la concezione oggettiva ed essenzialista dell'autenticità, che autori diversi legano di volta in volta alle nozioni di origine, genuinità, sincerità, ecc., fino a definirla, come Cohen nel 2007, "Flusso di vita, non ostacolato dalla 'cornice' di visioni, luoghi, oggetti, ed eventi per scopi turistici, da vari mercati palesi"[21]. La classica museificazione della cultura è una pratica tipicamente connessa a questa impostazione. In secondo luogo, la concezione costruttivista dell'autenticità, ove essa non sarebbe un dato oggettivo ma invece una costruzione che si modifica a seconda dei desiderata di un'audience. Il paradigma costruttivista promuove il cosiddetto "nostalgia heritage" [patrimonio della nostalgia][22] e sottolinea, per esempio con Medina nel 2003, che nei falsi scenari del patrimonio culturale "le culture sono continuamente prodotte e consumate attraverso le azioni di archeologi, promotori del turismo, turisti, guide turistiche, curatori, e commercianti di prodotti artigianali"[23]. In terzo luogo, il paradigma della cosiddetta "negotiated authenticity" [autenticità negoziata], a metà strada tra i primi due, secondo cui, come scrive sempre Cohen nel 1988, "la commercializzazione spesso colpisce una cultura non quando sta fiorendo ma quando sta declinando a causa di forze esterne che precedono il turismo. In tali circostanze, l'emergere di un mercato del turismo culturale spesso facilita la preservazione di una

21. "Flow of life, non–interfered with by the 'framing' of sights, sites, objects, and events for touristic purposes, by various overt markets" (p. 76; trad. mia).

22. Si veda anche Leone 2019.

23. "Cultures are continually produced and consumed through the actions of archaeologists, tourism promoters, tourists, tours guides, curators, and vendors of artisanal production" (p. 357; trad. mia).

tradizione culturale che altrimenti perirebbe"[24]. Infine, in quarto luogo, la concezione soggettiva o esistenzialista dell'autenticità culturale, centrale negli approcci post–strutturalisti, i quali pongono l'accento, per esempio con Steiner e Reisinger nel 2006, su concetti quali "self discovery" [scoperta di sé], "being true to oneself" [essere fedeli a sé stessi], "self–actualization stage" [stadio di auto–attualizzazione], ecc. In questo paradigma, ciò che conta non è l'autenticità oggettiva, costruita, o negoziata del patrimonio culturale, quanto la convinzione che soggettivamente se ne matura. Autentici non sono gli oggetti in un museo, ma il sentimento di genuinità che il visitatore esperisce grazie a essi.

Tutti e quattro questi paradigmi differiscono nell'identificare la fonte delle connotazioni di autenticità ma restano in un certo senso "patrimoniali", o forse meglio "patrilineari" nel ribadirne l'importanza. La valorizzazione e la conseguente capitalizzazione di un gruppo di oggetti all'interno di una cultura avvengono ascrivendo tali oggetti a un lignaggio, determinandone la paternità. Si tratta di un approccio patrimoniale alla cultura la cui direttrice fondamentale muove dal presente verso il passato, costruendo in vari modi la legittimità del primo attraverso la veridicità del suo legame col secondo.

14.6. Strategie matrimoniali

Vi è però la possibilità di concepire la rigenerazione del valore culturale, così come la sua capitalizzazione, in termini diversi. Li si potrebbe definire, con gioco di parole, "matrimoniali", per tre motivi. Innanzitutto perché, come in molte trasmissioni matrilineari, il problema dell'autenticità non scompare ma viene messo in secondo piano ("mater semper certa"). In secondo luogo, perché quello che importa di un oggetto culturale non è più la paternità ma la maternità, ovvero non la direttrice che collegandolo al passato ne certifica l'autenticità e il valore, ma una direttrice che, proiettandolo verso il futuro, ne evidenzia la produttività. Strategie matrimoniali della cultura ne sottolineano dunque la dimensione matriciale, altro termine nel campo semantico della maternità, ovverosia la capacità di generare valore all'inter-

24. "Commodification often hits a culture not when it is flourishing but when it is in the decline owing to the outside forces preceding tourism. Under such circumstances, the emergence of a cultural tourist market frequently facilitates the preservation of a cultural tradition which would otherwise perish" (p. 382; trad. mia).

no di un gruppo socio–culturale. È una caratterizzazione, questa, eminentemente semiotica, nel senso che è eminentemente narrativa. Un oggetto viene incluso nel patrimonio culturale di un gruppo non solo perché ha una storia nel passato, ma anche perché ha delle storie nel futuro, narrazioni che suscita attraverso la sua presenza in un sistema di relazioni con altri oggetti. Terzo, strategie matrimoniali di rinnovamento culturale sono tali anche perché assorbono i propri elementi da un esterno, senza eliminare il confine socio–culturale del gruppo ma anzi sancendolo proprio in virtù di scambi matrimoniali. Come i Meccanisti di Sterling, così le strategie matrimoniali di gestione della cultura importano frammenti culturali da un altrove al fine di rigenerarsi non per rabberciamento interno ma per sostituzione di narrazioni atrofizzate con storie fresche, vitali.

14.7. Le Banche della Cultura

Non vi è forse esempio migliore di tali strategie delle cosiddette "Banche della Cultura", sorte in Mali a partire dal 1995 nella regione Dogon. Ne raccontano l'evoluzione Frederick F. Wherry e Crosby V. Todd in un articolo intitolato "The Culture Bank: Symbolic Capital and Local Economic Development", del 2011. Le Banche della Cultura rappresentano un nuovo modello di microcredito che usa oggetti culturali locali come pegno per i prestiti, adottando un sistema analogo a quello della Graamen Bank. Membri del gruppo Dogon potevano depositare un oggetto culturale nella Banca della Cultura. La Banca esponeva poi l'oggetto nel proprio museo, dove i turisti pagavano un biglietto d'ingresso per vedere la collezione. Il modo in cui la Banca della Cultura attribuiva valore ai manufatti Dogon ne promuoveva la preservazione, ma al contempo non ne incoraggiava il traffico illecito. Il valore del prestito infatti dipendeva dalla quantità d'informazioni che il cliente poteva fornire a proposito del proprio oggetto piuttosto che dal prezzo con cui esso avrebbe potuto essere venduto sul mercato. Il processo di verifica del valore poggiava essenzialmente sulla qualità delle storie che venivano raccontate a proposito di un oggetto, le quali contemporaneamente ne costruivano il valore culturale per il turista/visitatore. Tale processo si basava sulla comprensione indigena del valore d'uso dell'oggetto e sul suo potere simbolico, secondo parametri che evidenziavano la natura sociale e simbolica del valore economico.

Vi sono dati empirici che dimostrano che le Banche della Cultura del Mali, dopo alcuni fallimenti iniziali, iniziassero a produrre risultati positivi. Il tasso con cui venivano ripagati i prestiti restava elevato, pochi i casi di default. Nel 2000 erano stati attribuiti con questo sistema 14.279 $, il 94% dei debitori aveva ripagato il proprio debito, e il museo della banca contava una collezione di 440 oggetti, divisi in tre gallerie. Tra il 1995 e il 2000, il reddito familiare di coloro che avevano contratto prestiti con la Banca della Cultura era aumentato del 51% per le donne, del 70% per gli uomini.

Oltre a essere una dimostrazione del fatto che il patrimonio culturale, se gestito appropriatamente, può costituire una fonte di valore economico e di ricchezza, l'esperimento delle Banche della Cultura esemplifica a perfezione un approccio "matrimoniale" al rinnovamento culturale, nei tre sensi prima indicati: in primo luogo, nel senso che sostituisce all'ansia patrilineare di autenticità una serenità matrilineare di riconoscimento e appartenenza: il valore di un oggetto culturale non dipende dalle sue origini, né si costruisce artificiosamente per il turista, né se ne delega l'esperienza alla soggettività di un produttore o di un consumatore; al contrario, passa in secondo piano rispetto al consenso che una comunità d'interpreti raggiunge attorno al racconto di tale oggetto; in secondo luogo, nel senso che sostituisce al valore della paternità di un oggetto culturale il valore della sua maternità: un oggetto ha valore non tanto per la storia passata che lo ha prodotto, bensì per le storie presenti e future che produce; è suscitando nuove narrazioni condivise che un oggetto diventa matrice di valore culturale ed economico; in terzo luogo, nel senso che la strategia di gestione del patrimonio culturale non si fonda unicamente sull'adozione di risorse interne al gruppo ma, nell'esempio in questione, sposa una strategia di microcredito sperimentata con successo in Bangladesh armonizzandola al tessuto socio–culturale ed economico del Mali.

14.8. Rigenerazione narrativa

Come nell'eterna lotta fra Plasmatori e Meccanisti nei romanzi di Bruce Sterling, è difficile prevedere chi la spunterà in futuro, se gli approcci "patrimoniali" o quelli "matrimoniali" al valore e alla ricchezza culturali. Probabilmente, i professionisti che gestiscono gli oggetti culturali di un gruppo o di una nazione, compito quanto mai delicato e centrale in Italia, dovrebbero

essere come la terza categoria di esseri immaginata da Sterling, ossia gli *Investors*, alieni a forma di lucertola che trattano ora con i Plasmatori, ora con i Meccanisti, cercando di assicurarsene il favore. Fuor di metafora, è plausibile ritenere che approcci patrimoniali alla rigenerazione del valore culturale continueranno a essere centrali, con la loro enfasi sulla domanda crescente di autenticità, sulla capitalizzazione del passato attraverso accumulo e museificazione di oggetti, sulla riattivazione di narrazioni logore attraverso il ricorso a risorse simboliche interne al gruppo socio–culturale; al contempo, sarà auspicabile ripensare il patrimonio culturale anche in termini "matrimoniali", mettendone in evidenza il legame con una comunità d'interpreti, la capacità di generare nuove narrazioni e dunque nuovo capitale simbolico–economico, e la potenzialità di risalire le gerarchie della "ricchezza culturale delle nazioni" attraverso matrimoni ben riusciti.

Conclusioni

Esiste un sapere individuale, depositato nella memoria di ciascuno e attivato volontariamente o meno a seconda delle circostanze, ma s'intreccia costantemente con il sapere condiviso da una comunità. L'ordito dell'intreccio è offerto dalla lingua, il tessuto si risolve in un'enciclopedia. L'intarsio d'individuale e collettivo può seguire regole precise, come nelle società in cui la gestione del sapere sia finemente codificata. Agli albori dell'era moderna, per esempio, l'individuo colto conosceva la geografia del mondo non tanto attraverso l'esperienza personale, o l'esposizione casuale a racconti e immagini, ma per il tramite di un corpus di testi quasi canonico che lo consigliavano sulla forma del pianeta. *L'Itinerario* (1510) di Ludovico de Varthema non era semplice frammento della conoscenza pubblica sul mondo, ma ne era perno essenziale attorno a cui ruotavano tanto l'immaginazione individuale che quella collettiva. Per un giovane erudito di metà Cinquecento, la Persia, lungi dall'essere oggetto di un'idea soggettiva, era invece blocco di conoscenze compatto, ancorché impreciso o persino falso, condiviso con gli altri eruditi della stessa epoca. Il sapere si costruiva pur sempre come narrazione. La *Monstrorum historia* (1642) di Ulisse Aldrovandi descriveva, sì, il sapere sui mostri, però soprattutto lo metteva in scena con la parola e con le immagini; la maggior parte di ciò che vi si narrava era falso, era un sentito dire riportato.

Eppure sarebbe scorretto paragonarlo alle bufale della pseudo–comunicazione scientifica contemporanea. La semiotica può giocare un ruolo essenziale nello studiarle proprio perché la loro pericolosità sociale non deriva dall'essere altrettanto false quanto i mostri di Aldrovandi, bensì dal fatto di circolare in un brodo d'incertezza epistemica per cui non si vede all'orizzon-

te alcun giustiziere. L'accesso istantaneo a percorsi di conoscenza fulminei attraverso il mare magnum del web sta mettendo a repentaglio il concetto stesso di comunità scientifica e, ancora più in profondità, quello di senso comune: le regole che codificano l'innesto dei saperi individuali in quello condiviso sono in fibrillazione. La costituzione del sapere moderno coincide con la nascita d'istituzioni e iniziative tese proprio a guidare la dialettica fra *langue* e *parole* della conoscenza. Si pensi alle grandi accademie linguistiche, fondate perlopiù da sovrani gelosi di custodire l'unità del sapere tanto quanto quella dei loro regni (e in funzione di essa), e oggi ridotte a reliquia, pateticamente alle prese con l'ignoranza ambiente. Un "arrêté du Consulat" del 13 maggio 1801 prescriveva in dettaglio l'abito degli accademici di Francia: "habit, gilet ou veste, culotte ou pantalon noirs, ornés de broderies en feuilles d'olivier en soie vert foncé, chapeau à la française". Non era un capriccio: vestirsi allo stesso modo, senza mai sottomettere l'eleganza al brio individuale, significava assoggettarsi all'idea di un'istituzione la cui finalità principale era quella di custodire la lingua in quanto *langue*, non in quanto parole. Nei secoli successivi, e soprattutto nell'era dell'economia del narcisismo globale, gangli perniciosi della semiosfera digitale incoraggiano a coltivarsi come produttori di una *parole* del sapere, obliando completamente che questa conoscenza individuale non ha frutto se non si rapporta a un conoscere condiviso. Amiamo i siti web del "fai da te" della conoscenza (la *citizens' knowledge* in tutte le sue salse) ma scordiamo che, affinché la narrazione del sapere abbia un senso, è necessario che questo s'istituzionalizzi e si codifichi, anche o forse soprattutto tramite la costituzione di gerarchie del sapere. Come potrebbe, altrimenti, giustificarsi l'insegnamento, se non come una disposizione di coloro che sanno di più verso coloro che sanno di meno?

Nell'introduzione a questo libro si cercava di spiegare il senso, o piuttosto i significati molteplici, di una locuzione come "colpire nel segno"; si sottolineava il carattere non violento di tale accezione, la volontà programmatica di concentrarsi sul linguaggio piuttosto che sull'azione, o più precisamente sul linguaggio prima e in vista dell'azione, per meglio comprendere, per calibrare più esattamente il tiro, per prendere la mira ma anche per prendere di mira ciò che oggi importa, il vero bersaglio, che non è semplicemente un mondo di cause ed effetti, quello di cui giustamente, doverosamente, e lodevolmente si occupano le scienze esatte con approccio diadico, bensì, con l'approccio triadico che fonda la semiotica, una realtà di oggetti e rappresentazioni, di realtà e segni.

Mentre vengono scritti gli ultimi paragrafi di questo libro imperversa nel mondo intero una pandemia. Scienziati di tutto il pianeta sono alacremente al lavoro per cercare di studiare il virus, conoscerne il comportamento, prevederne le mosse, ma soprattutto per contrastarlo, arginarlo, sperabilmente per trovare un vaccino. Le menti migliori di ogni Paese sono all'opera e collaborano con l'intelligenza artificiale degli algoritmi epidemiologici e farmacologici nella speranza di trovare una soluzione. Se questa si troverà, sarà sicuramente situata nella dimensione ontologica della realtà, nella biologia delle specie viventi, nella chimica delle loro interazioni, ed è giusto che sia così; sarebbe assurdo, sarebbe nocivo cercarla invece nella dimensione dei segni e delle rappresentazioni; ne risulterebbero interpretazioni irragionevoli del mondo, come le teorie del complotto che cominciano a pullulare in tali frangenti, attribuendo la fabbricazione del virus a questa o quella cospirazione planetaria.

Tuttavia se gli scienziati devono stare alla larga da tutto questo ciarpame epistemico, i semiotici, quelli che vogliono "colpire nel segno", devono occuparsene con serietà e rigore. Essere semiotici significa infatti, innanzitutto, non isolarsi in una torre d'avorio teorica, come troppo spesso ha fatto una parte della disciplina, con il risultato pigro e un po' vigliacco di ritirarsi in un nido di formule rassicuranti perché di fatto vuote e, dunque, vuotamente incontrovertibili; al contrario, i semiotici si abbeverano di tutto ciò che, come donne e uomini, come cittadine e cittadini, come ricercatrici e ricercatori, osservano nella società circostante, senza sussumere ogni cosa in diagrammi splendidamente impeccabili e perciò stesso al contempo rassicuranti e inutili, ma dando voce alla complessità del mondo, al suo ineludibile caos, all'ambiguità consustanziale del linguaggio che dice la realtà e che al contempo la tradisce. Mettere ordine in queste rappresentazioni, o perlomeno trovarvi un ordine, non vuol dire giustificarle, e tanto meno assecondarle, bensì catalogare gli stili, i generi, i formati e le formulazioni dell'irragionevolezza, di quei tanti discorsi che si dipartono dal mondo ma poi ne divergono sempre più, quasi obliandolo, ma cambiandolo per il fatto stesso di averlo obliato, influenzandone la percezione collettiva per il fatto stesso di offuscarla. I semiotici devono raccogliere queste metastasi del senso e della ragionevolezza e, ancor prima di cercare di rimuoverle, capirne la genesi, gli schemi di sviluppo, le direzioni probabili di diffusione.

Essere semiotici infatti significa abitare il mondo con l'attenzione, con la scrupolosità, con il viaggio, valicare le frontiere degli abiti interpretativi

consolidati per cogliere linee di demarcazione invisibili eppure estremamente influenti fra gruppi, plaghe, ed epoche culturali, inventariare similarità e differenze al di là e al di sotto dei limiti visibili fra i popoli e le culture, a tali limiti invisibilmente intrecciate. Ed ecco emergere pian piano una cartografia complessa che attorno e in mezzo alle cause e agli effetti scorge e individua legami indiretti, relazioni segniche, immaginari; la pandemia del 2020 non sarebbe allora comprensibile senza tenere in considerazione che in alcuni luoghi del pianeta si verifica una compresenza esplosiva di dinamiche culturali tradizionali, quali quella di cacciare animali selvatici, e tendenze globalizzanti, quali la presenza di relazioni commerciali con il resto del pianeta; ciò conduce al fatto che malattie dalla genesi antica si diffondano invece con velocità ultramoderna, e che dal mercato tradizionale di una cittadina cinese possa poi diffondersi un male planetario. La semiotica guarda alla genesi di questi mali, e al modo in cui essi scaturiscono sì da una causa biologica, ma al contempo si formano in corrispondenza di determinati assetti culturali; si occupa anche della loro trasmissione, della serie infinita di rappresentazioni, molte di esse vere e proprie *fake news*, che tale diffusione scatena; e gioca un ruolo anche nella prevenzione del rischio, che è sempre legata non solo alle cause nocive di effetti temuti, ma anche alle interpretazioni che di tali cause circolano nella semiosfera e diventano abiti cognitivi nonché schemi d'azione. Come evidenziano i documenti medici ufficiali di più alto livello prodotti in Italia come in altri Paesi per guidare il contenimento della pandemia, conoscere la biologia del pericolo è altrettanto importante quanto saperne comunicare la portata, e scegliere le migliori rappresentazioni per trasmettere la serietà della situazione epidemica senza indurre a inutili manifestazioni di panico.

È sempre un rischio, per un autore, legarsi troppo strettamente all'attualità, per quanto essa possa sembrare pressante. Si spera che la crisi sanitaria al momento in corso passi in fretta, e che l'esempio sopra addotto rimanga soltanto un esempio, non un pungente rimando alla situazione in corso. Rimarrà comunque valido il suo contenuto di esemplificazione di ciò che la semiotica è chiamata a offrire: non una destituzione pseudo–relativistica delle conoscenze scientifiche (di quanto siano importanti scienziati, biologi, e medici ci si accorge invece proprio durante tali situazioni di crisi) né la stigmatizzazione o l'esaltazione etica di questo o quello scenario ideologico, bensì un'esamina ponderata dell'intreccio di discorsi che riveste continuamente il mondo, ne influenza la percezione, ne guida la comprensione, e indirizza i comportamenti sociali che in esso si dispiegano.

Bibliografia

Adami E., Kress G. (2010) "The Social Semiotics of Convergent Mobile Devices: New Forms of Composition and the Transformation of *Habitus*", in G. Kress (a cura di) (2010) *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, Routledge, Londra e New York, 184–97.

ADL (Anti–Defamation League) (2012) *Tweeting for Terror: How Foreign Terrorist Organizations Exploit Twitter*, online, 14 dicembre. http://www.adl.org/combating-hate/international-extremism-terrorism/c/tweeting-for-terror.html [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Apter M.J. (1991) "A Structural–Phenomenology of Play", in J. Kerr, M.J. Apter (a cura di) (1991) *Adult Play: A Reversal Theory Approach*, Swets & Zeitlinger, Amsterdam, 13–29.

Archetti C. (2013) *Understanding Terrorism in the Age of Global Media: A Communication Approach*, Palgrave Macmillan, New York, Houndmills, Basingstoke, Hampshire.

Aron M. (2014) *Folles rumeurs : Les nouvelles frontières de l'intox*, Stock, Parigi.

Ashworth G.J. (2003) "Heritage, Identity, and Places", in S. Singh, D.J. Timothy, R.K. Dowling (a cura di) (2003) *Tourism in Destination Communities*, CABI Publishing, Wallingford (UK), 79–98.

Ata M. (2011) *Der Mohammed–Karikaturenstreit in den deutschen und türkischen Medien: Eine vergleichende Diskursanalyse*, VS Verlag, Wiesbaden.

Aulich J. (a cura di) (2007) *War Posters: Weapons of Mass Communication*, Thames & Hudson, New York.

Avon D. (2010) *La caricature au risque des autorités politiques et religieuses*, Presses universitaires de Rennes, Rennes.

Balick A. (2014) *The Psychodynamics of Social Networking: Connected–Up Instantaneous Culture and the Self*, Karnac Books, Londra.

Ballod M., Weber T. (a cura di) (2013) *Autarke Kommunikation: Wissenstransfer in Zeiten von Fundamentalismen*, Peter Lang Edition, Francoforte sul Meno.

Bandelj N., Wherry F.F. (a cura di) (2011) *The Cultural Wealth of Nations*, Stanford University Press & Row, Stanford.

Barbieri G.L. (2014) *Il laboratorio delle identità: Dire io nell'epoca di internet*, Mimesis, Milano.

Bateson G. (1956) "The Message 'This Is Play'", in B. Schaffner (a cura di) (1956) *Group Processes: Transactions of the Second Conference*, Josiah Macy, Jr. Foundation, New York, 145–242.

Benveniste É. (1966) *Problèmes de linguistique générale, I*, Gallimard, Parigi.

Benveniste É. (1971) *Problèmes de linguistique générale II*, Gallimard, Parigi.

Benveniste, É. (1947) *Le jeu comme structure*, "Deucalion", 2: 159–67.

Bergoglio J.M. (2013) "Leadership: the Big Picture and the Tiny Detail", in Id. (2013) *Writings on Jesuit Spirituality II*, numero monografico di "Studies in the Spirituality of Jesuits", 45, 4 (inverno): 17–20; trad. inglese dallo spagnolo di Philip Endean; The Institute of Jesuit Sources; The Seminar on Jesuit Spirituality, St Louis (MO).

Bilger A. (2014) *Backgrounder: ISIL Annual Reports Reveal a Metrics–Driven Military Command*, online; disponibile nel sito http://www.understandingwar.org/sites/default/files/ISWBackgrounder_ISIS_Annual_Reports_0.pdf [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Bleich E. (2011) *The Freedom to Be Racist?: How the United States and Europe Struggle to Preserve Freedom and Combat Racism*, Oxford University Press, Oxford e New York.

Boler M. (1997) *The Risks of Empathy: Interrogating Multiculturalism's Gaze*, "Cultural Studies", 11, 2: 253–73.

Bond R. (1999) *Links, Frames, Meta–Tags, and Trolls* in "International Review of Law, Computers & Technology", 13, 3: 317–23.

Boomgaarden H.G., de Vreese C.H. (2007) *Dramatic Real–World Events and Public Opinion Dynamics: Media Coverage and its Impact on Public Reactions to an Assassination*, "International Journal of Public Opinion Research", 19, 3: 354–66.

Boorstin D.J. (1964) *The Image: A Guide to Pseudo–Events in America*, Harper, New York.

Botan C.H., Soto F. (1998) *A Semiotic Approach to the Internal Functioning of Publics: Implications for Strategic Communication and Public Relations*, "Public Relations Review", 24, 1: 21–44.

Buckels E.E., Trapnell P.D., Paulhus D.L. (2014) *Trolls just Want to Have Fun*, "Personality and Individual Differences", 67, settembre: 97–102.

Caillois R. (1958) *Les Jeux et les hommes*, Gallimard, Parigi.

Canetti E. (1960) *Masse und Macht*, Claassen, Amburgo.

Carse J.P. (1986) *Finite and Infinite Games: A Vision of Life as Play and Possibility*, Free Press, New York.

Centre de recherches sémiologiques (1991) *La Négation : Le rôle de la négation dans l'argumentation et le raisonnement*, atti del convegno, Neuchâtel 11–12 ottobre 1990, CdRS, Université de Neuchâtel, Neuchâtel.

Chetty A. (2004) *Media Images of Women during War: Vehicles of Patriarchy's Agenda?*, "Agenda: Empowering Women for Gender Equity", 59 (numero monografico su "Women in War"): 32–41.

Chhabra D. (2010) *Sustainable Marketing of Cultural and Heritage Tourism*, Routledge, Londra e New York.

Cohen E. (2007) *'Authenticity' in Tourism Studies:* Aprés la Lutte, "Tourism Recreation Research", 32, 2: 75–82.

Cohen E. (2008) *Authenticity and Commoditization in Tourism*, "Annals of Tourism Research", 15, 3: 371–86.

Contemori L., Pettinari P. (1993) *Il segno tagliente: Meccanismi comunicativi e pragmatici della satira politica grafica*, Edizioni dell'orso, Alessandria.

Corti M. (1973) *Le jeu comme génération du texte : Des tarots au récit*, "Semiotica", 7, 1: 33–48.

De Certeau M. (1960) "Introduzione" a P. Favre (1960) *Mémorial* (1542–6) [Collection Christus n. 4], traduzione francese dallo spagnolo e dal latino e commento di M. de Certeau, Desclée de Brouwer, Parigi.

De Maria G. (a cura di) (2011) *Ieri, oggi, domani. Saggi sulla previsione nelle scienze umane*, "I Saggi di Lexia", 1, Aracne, Roma.

Derrida J. (1967) *L'Écriture et la différence*, Éditions du Seuil, Parigi.

Donà M. (2004) *Sulla negazione*, Bompiani, Milano.

Dworkin R. (1982) "Law as Interpretation", in W.J.T. Mitchell (a cura di) (1982) *The Politics of Interpretation*, numero monografico di "Critical Inquiry", 9, 1 (settembre): 179–200.

Eco U. (1975) *Trattato di semiotica generale*, Bompiani, Milano.

Eco U. (1984) *Semiotica e filosofia del linguaggio*, G. Einaudi, Torino.

Eco U. (1985) "Pirandello ridens", in Id. (1985) *Sugli specchi e altri saggi*, Bompiani, Milano, 261–70.

Eco U. (1990) *I limiti dell'interpretazione*, Bompiani, Milano.

Eco U. (1992) *Interpretation and Overinterpretation*; con R. Rorty, J. Culler, C. Brooke–Rose; a cura di S. Collini, Cambridge University Press, Cambridge (UK) e New York.

Eco U. (1997) *Kant e l'ornitorinco*, Bompiani, Milano.

Ehrat J. (2010) *Power of Scandal: Semiotic and Pragmatic in Mass Media*, "Toronto Studies in Semiotics and Communication", University of Toronto Press, Toronto.

El Difraoui A. (2013) *Al–Qaida par l'image : La prophétie du martyre*, Presses universitaires de France, Parigi.

El Refaie E. (2009) "What Makes Us Laugh? Verbo–Visual Humour in Newspaper Cartoons", in E. Ventola, A.J. Moya Guijarro (a cura di) (2009) *The World Told and the World Shown: Multisemiotic Issues*, Palgrave, Londra e New York, 75–89.

Erikson E. (1977) *Toys and Reason. Stages in the Ritualization of Experience*, W.W. Norton & Company, New York.

Esposito R. (2002) Immunitas*: protezione e negazione della vita*, Einaudi, Torino.

Eybl E. (a cura di) (2014) *Krieg an der Wand: Der Erste Weltkrieg im Spiegel der Plakate*, Verlag des Geschichtsvereines für Kärnten, Klagenfurt am Wörthersee.

Facon P. (a cura di) (2013) *1914–1918, la guerre des affiches : La Grande Guerre racontée par les images de propaganda*, Atlas, Grenoble.

Ferraris M. (2012) *Manifesto del nuovo realismo*, Laterza, Roma.

Finol J.E. (2014) *Las semióticas del nombre: identidad y anonimato en la obra de José Saramago*, in "Revista Chilena de Literatura", 87 (novembre): 139–62.

Fischer J. (1957) *Oriens, Occidens, Europa: Begriff und Gedanke "Europa" in der Später Antike und im Frühen Mittelalter* [Veröffentlichungen des Instituts für Europäische Geschichte Mainz, Volume XV, Abteilung Universalgeschichte], Franz Steiner Verlag, Wiesbaden.

Fleischer A. (1994) *Feind hört mit!: Propagandakampagnen des Zweiten Weltkrieges im Vergleich*, Lit, Münster.

Flower Smith K. (1902) *The Tale of Gyges and the King of Lydia*, "The American Journal of Philology", 23, 3: 261–82.

Flower Smith K. (1902) *The Tale of Gyges and the King of Lydia*, "The American Journal of Philology", 23, 4: 361–87.

Flower Smith K. (1920) *The Literary Tradition of Gyges and Candaules*, "The American Journal of Philology", 41, 1: 1–37.

Focillon H. (1934) *Vie des formes*, Leroux, Parigi; trad. it. S. Bettini, G. Guglielmi (1972) *Scultura e pittura romanica in Francia*; seguito da *Vita delle forme*, Einaudi, Torino.

Fontanille J. (2006) *Pratiques sémiotiques : Immanence et pertinence, efficience et optimisation*, numero monografico dei "Nouveaux Actes Sémiotiques": 104–6.

Forgas Berdet E. (1993) *La puerta como texto: (semiótica textual de los graffiti de universidad)*, "Signa: Revista de la Asociación Española de Semiótica", vol. 2; disponibile nel sito http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/signa-revista-de-la-asociacion-espanola-de-semiotica--15/html/dcd92966-2dc6-11e2-b417-000475f5bda5_12.html#I_11_ [ultimo accesso il 23 gennaio 2019].

Frindte W., Haussecker N. (a cura di) (2010) *Inszenierter Terrorismus: Mediale Konstruktionen und individuelle Interpretationen*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Gaines E. (2010) *Media Literacy and Semiotics*, Palgrave Macmillan, New York.

Gambhir H.K. (2014) Dabiq*: the Strategic Messaging of the Islamic State. Report for the Institute for the Study of War*, 15 agosto, online; disponibile nel sito http://www.understandingwar.org/dabiq-strategic-messaging-islamic-state [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Gerhards J. (a cura di) (2011) *Terrorismus im Fernsehen: Formate, Inhalte und Emotionen in westlichen und arabischen Sendern*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Gertz B. (2014) *New Al Qaeda Group Produces Recruitment Material for Americans, Westerners*, online, "The Washington Free Beacon", 13 giugno; disponibile nel sito http://freebeacon.com/national-security/new-al-qaeda-group-produces-recruitment-material-for-americans-westerners/ [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Giarelli E., Tulman L. (2003) *Methodological Issues in the Use of Published Cartoons as Data*, "Qualitative Health Research", 13, 7 (settembre): 945–56.

Ginzburg C. (2001) *"Your Country Needs You": A Case Study in Political Iconography*, "History Workshop Journal", 52 (autunno): vi+1–22.

Ginzburg C. (1998) "Stile: inclusione ed esclusione", in Id. (1998) *Occhiacci di legno: Nove riflessioni sulla distanza*, Feltrinelli, Milano, 136–70.

Greenberg B.S. (a cura di) (2002) *Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11*, Hampton Press, Cresskill (NJ).

Greimas A.J. (1975) *Maupassant : La sémiotique du texte, exercices pratiques*, Seuil, Parigi.

Grenda C.S., Beneke C., Nash D. (a cura di) (2014) *Profane: Sacrilegious Expression in a Multicultural Age*, University of California Press, Oakland (CA).

Grice P. (1975) *Logic and Conversation*, "Syntax and Semantics", 3: Speech Acts, a cura di P. Cole, Academic Press, New York, 41–58.

Griffin R.J. (a cura di) (2003) *The Faces of Anonymity: Anonymous and Pseudonymous Publication from the Sixteenth to the Twentieth Century*, Palgrave Macmillan, New York.

Guerri R. (1982) *Manifesti italiani nella Seconda Guerra Mondiale*, Rusconi, Milano.

Haiman J. (1998) *Talk is Cheap: Sarcasm, Alienation, and the Evolution of Language*, Oxford University Press, New York.

Handelman D. (1977) "Play and Ritual: Contemporary Frames of Meta–Communication", in A.J. Chapman, H.C. Foot (a cura di) (1977) *It's a Funny Thing, Humour*, Reports of papers presented at the International Conference on Humour and Laughter held in Cardiff, July 13–17, 1976 and organized by the Welsh Branch of British Psychological Society, Pergamon Press, Oxford (UK) e New York, 185–92.

Handelman D. (2006) "Framing", in J. Kreinath, J. Snoek, M. Stausberg (a cura di) (2006) *Theorizing Rituals*, Brill, Leida.

Hardaker C. (2010) Trolling *in Asynchronous Computer–Mediated Communication: From User Discussions to Academic Definitions*, "Journal of Politeness Research. Language, Behaviour, Culture", 6, 2: 215–42.

Hart W.B. II, Hassencahl F. (2002) "Dehumanizing the Enemy in Editorial Cartoons", in B.S. Greenberg (a cura di) (2002) *Communication and Terrorism: Public and Media Responses to 9/11*, Hampton Press, Cresskill (NJ), 137–55.

Hébert L. (2006) "Le carré sémiotique", online; disponibile nel sito www.signosemio.com/greimas/carre-semiotique.asp [ultimo accesso il 29 aprile 2020].

Herring S., Job–Sluder K., Scheckler R., Barab S. (2017), *Searching for Safety Online: Managing 'Trolling' in a Feminist Forum*, from http://www-bcf.usc.edu/~-fulk/620overview_files/Herring.pdf [ultimo accesso il 10 marzo 2020].

Hine C. (2015) *Ethnography for the Internet: Embedded, Embodied and Everyday*, Bloomsbury Academic, Londra e New York.

Hjelmslev L. (1943) *Omkring sprogteoriens grundlæggelse*, Ejnar Munksgaard, Copenaghen.

Holliday R. (1995) *Understanding Ageing*, Cambridge University Press, Cambridge (UK); trad. it. N. Calef, L. Bertolini (1998) *Capire l'invecchiamento*, Zanichelli, Bologna.

Hussain K. (2013) *The Militant Discourse: Religious Militancy in Pakistan*, Narratives, Islamabad.

Ibo L. (2012) *Négation et conflit : La double face passionnelle et culturelle*, "Nouveaux Actes Sémiotiques", 115, online.

Idone Cassone V. (2014) *Sull'uso metaforico dei giochi nella teoria semiotica*, "E/C", rivista online dell'AISS – Associazione Italiana di Studi Semiotici; disponibile presso il sito http://www.ec-aiss.it/index_d.php?recordID=707 (ultimo accesso 23 agosto 2019).

James P. (a cura di) (2009) *Picture This: World War I Posters and Visual Culture*, University of Nebraska Press, Lincoln (NE).

Javarone M.A., Galam S. (2015) "Emergence of Extreme Opinions in Social Networks", in L.M. Aiello, D. McFarland (a cura di) (2015) *Social Informatics: Lecture Notes in Computer Science*, Springer International Publishing, Cham (CH), 112–7.

Kakutani M. (2011) *A Dishy Take on the 2012 Race, by … Somebody*, in "The New York Times", 20 gennaio 2011; disponibile nel sito http://www.nytimes.com/2011/01/21/books/21book.html [ultimo accesso il 23 gennaio 2018].

Katz J.J. (1977) *Propositional Structure and Illocutionary Force: A Study of the Contribution of Sentence Meaning to Speech Acts*, Harvester Press, Hassocks (UK).

Keen S. (2006) *A Theory of Narrative Empathy*, "Narrative", 14, 3: 207–36.

Kimmage D., Ridolfo K. (2007) *Iraqi Insurgent Media: the War of Images and Ideas*; special report for *Radio Free Europe / Radio Liberty*, online; disponible nel sito http://www.rferl.org/a/1077316.html [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Kitayama S. [北山節郎] (a cura di) (1997) 太平洋戦争放送宣伝資料 [*Taiheiyō sensō hōsō senden shiryō*; materiali di propaganda durante la guerra del Pacifico], Ryokuinshobō [緑蔭書房], Tokyo.

Klausen J. (2009) *The Cartoons that Shook the World*, Yale University Press, New Haven (CT).

Koch W.A. (1989) "Toward a Theory of Empathy", in Koch W.A. (a cura di) (1989) *For a Semiotics of Emotion*, "Bochumer Beiträge zur Semiotik", 4, N. Brockmeyer, Bochum, 111–20.

Kowalski A. (2011) "When Cultural Capitalization Became Global Practice: The 1972 World Heritage Convention", in N. Bandelj, F.F. Wherry (a cura di) (2011) *The Cultural Wealth of Nations*, Stanford University Press, Stanford, 73–89.

Krappitz S. (2017) *Troll* Culture, disponibile presso il sito http://wwwwwwwww.at/downloads/*troll*-culture.pdf#77 [ultimo accesso il 10 marzo 2020].

Lamonaca M., Schleuning S. (a cura di) (2004) *Weapons of Mass Dissemination: The Propaganda of War*, Wolfsonian, Florida International University, Miami Beach (FL).

Landowski É. (2004) *Passions sans nom*, Presses Universitaires de France, Parigi.

Landowski É. (2012) *Régimes de sens et styles de vie*, "Nouveaux Actes Sémiotiques", 115, online.

Lange P.G. (2007) *Publicly Private and Privately Public: Social Networking on YouTube*, "Journal of Computer–Mediated Communication", 13, 1: 361–80.

Laura E.G. (2000) *Le stagioni dell'aquila: Storia dell'Istituto Luce*, Ente dello spettacolo, Roma.

Leone M. (2002) *Shoah and Humor: A Semiotic Approach*, "Jewish Studies Quarterly", 2, 9: 173–92.

Leone M. (2007) "Violenza religiosa", in M. Flores (a cura di) (2007) *Diritti umani: Cultura dei diritti e dignità della persona nell'epoca della globalizzazione*, 6 voll., UTET, Torino, 2: 1380–4.

Leone M. (2008) *"Lasciate che i bambini vengano a me": Terrorismo, infanzia e discorso religioso*, in L. Acquarelli (a cura di), *Terrorismo: strategie discorsive*, numero monografico di "Carte Semiotiche", 11: 73–91.

Leone M. (2010) *Saints and Signs: A Semiotic Reading of Conversion in Early Modern Catholicism*, "Religion and Society", 48, Walter de Gruyter, Berlino e Boston.

Leone M. (2011) "The Reasonable Audience of Religious Hatred: The Semiotic Ideology of Anti–Vilification Laws in Australia", in N. Hosen, R. Mohr (a cura di) (2011) *Law and Religion in Public Life: The Contemporary Debate*, Routledge, New York e Oxford, 112–34.

Leone M. (2011) *Motility, Potentiality, and Infinity: A Semiotic Hypothesis on Nature and Religion*, "Biosemiotics", 5: 369–89.

Leone M. (2012) "From Theory to Analysis: Forethoughts on Cultural Semiotics", in V. Pisanty, S. Traini (a cura di) (2012) *From Analysis to Theory: Afterthoughts on the Semiotics of Culture*, numero monografico di "Versus", 114: 23–38.

Leone M. (2012) *Breve introducción a la semiótica de la protesta*, "C.I.C. Cuadernos de información y comunicación", Revista del Departamento de Periodismo III (CC. Información, UCM), 17: 161–73.

Leone M. (2012). *The Semiotics of Fundamentalist Authoriality*, in M. Leone (a cura di) (2012) , *The Authoriality of Religious Law*, numero monografico dell'"International Journal for the Semiotics of Law", 26, 1: 227–39.

Leone M. (2013) "God's Graffiti: On the Social Aesthetics of Divine Writing", in E. Coleman Burns, C. Hartney, Z. Alderton (a cura di) (2013) *Exploring Social Aesthetics*, numero monografico di "Aesthetics", 23, 1: 110–34.

Leone M. (2014) *Sémiotique du fondamentalisme religieux : messages, rhétorique, force persuasive*, L'Harmattan, Parigi.

Leone M. (2014) *Annunciazioni: Percorsi di semiotica della religione*, 2 voll., Aracne, Roma.

Leone M. (2015) Propaganda mala fide*: for a Comparative Semiotics of Violent Religious Persuasion*, "Semiotica", 207: 631–655.

Leone M. (2015) *Semiótica de la burocracia*, "L.I.S.: Lengua, Imagen, Sonido", 13: 125–40.

Leone M. (2015) *To Be or Not to Be Charlie Hebdo: Ritual Patterns of Opinion Formation in the Social Networks*, "Social Semiotics", 25, 5: 656–680.

Leone M. (2016) "Fondamentalismo, anomia, complotto: la semiotica di Umberto Eco contro l'irragionevolezza interpretativa", in M. Leone (a cura di) (2016) *Complotto / Conspiracy*, numero monografico di "Lexia", 23–24: 55–67.

Leone M. (2016) "Il bastian contrario nella rete: pattern rituali di formazione dell'opinione nella semiosfera dei social networks", in G. Marino, M. Thibault (a cura di) (2016) *Viralità / Virality*, numero monografico di "Lexia", 25–26, Aracne, Roma; ripubblicato in versione abbreviata in G. Ferraro, A.M. Lorusso (a cura di) (2016) *Nuove forme d'interazione: dal web al mobile*, Libellula Edizioni, Tricase (LE), 183–202.

Leone M. (2016) "La pallavolo sacra" in M. Thibault (a cura di) (2016) *Gamification urbana: Letture e Riscritture Ludiche degli Spazi Cittadini*, "I saggi di Lexia", 20, Aracne, Roma, 63–84

Leone M. (2016) "On Depth: Ontological Ideologies and Semiotic Models", in K. Bankov (a cura di) (2016) *New Semiotics. Between Tradition and Innovation: proceedings of the 12th World Congress of Semiotics*, online, IASS Publications & NBU Publishing House (ISSN 2414-6862); disponibile nel sito http://www.iass-ais.org/proceedings2014/view_lesson.php?id=48 [ultimo accesso 10 marzo 2020].

Leone M. (2016) *Double Debunking: Modern Divination and the End of Semiotics*, "Chinese Semiotic Studies", 11, 4: 433–77.

Leone M. (2016) *Scherzo di natura: variazioni semiotiche fra Europa e Giappone*, "E/C", rivista online dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, 25 dicembre; disponibile nel sito www.ec-aiss.it [ultimo accesso il 28 dicembre 2019].

Leone M. (2016) "'Tacete! Il nemico vi ascolta'. Per una semiotica della taciturnità", in M. Leone (a cura di) (2016) *Censura / Censorship*, numero monografico di "Lexia", 21–22, Aracne, Roma, 179–98.

Leone M. (a cura di) (2016) *Censura / Censorship*, numero monografico di "Lexia", 21–22, Aracne, Roma.

Leone M. (a cura di) (2016) C*omplotto / Conspiracy,* numero monografico di "Lexia", 23–24, Aracne, Roma.

Leone M. (a cura di) (2017) *Aspettualità / Aspectuality*, numero monografico di "Lexia", 27–28, Aracne, Roma.

Leone M. (2017) "Fundamentalism, Anomie, Conspiracy: Umberto Eco's Semiotics against Interpretive Irrationality", in T. Thellefsen, B. Sørensen (a cura di) (2017) *Umberto Eco in his Own Words*, "Semiotics, Communication and Cognition", 19, Walter de Gruyter, Berlino e Boston.

Leone M. (2017) "Ignorant Design: l'Universo della Moda", in M. Leone, J. Zhang (a cura di) (2017) *Intenzionalità / Intentionality*, numero monografico di "Lexia", 29–30, Aracne, Roma.

Leone M. (2017) "Papa Francesco e i segni: la comunicazione del discernimento", in A.M. Lorusso, P. Peverini (a cura di) (2017) *Il racconto di Francesco: La comunicazione del Papa nell'era della connessione globale*, LUISS University Press, Roma, 95–112.

Leone M. (2017) *Silence Propaganda: A Semiotic Inquiry into the Ideologies of Taciturnity*, "Signs and Society", 5, 1 (primavera): 154–82.

Leone M. (2018) "Conversione e complotto: il reclutamento del fondamentalismo religioso violento", in A. Prato (a cura di) (2018) *Comunicazione e potere: Le strategie mediatiche per il controllo del consenso*, "I saggi di Lexia", 26, Aracne, Roma, 63–78.

Leone M. (2018) "Gioco e metodo: suggerimenti per una semiotica fragile", in G. Ferraro, R. Finocchi, A.M. Lorusso (a cura di) (2018) *Il metodo semiotico*, numero monografico di "E/C", rivista online dell'AISS – Associazione Italiana di Studi Semiotici (Serie Speciale), XII, 24: 207–23.

Leone M. (2018) *Il sacro nascosto: studio semiotico sui Kakure Kirishitan [隠れキリシタン]*, "E/C", rivista online dell'Associazione Italiana di Studi Semiotici, 23 dicembre 2018: 1–13.

Leone M. (2018) *La Grecia non è in Europa: spunti per una semio–geografia dei confini*, "E/C", rivista dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici, 2 gennaio; disponibile presso il sito http://www.ec-aiss.it/ [ultimo accesso il 14 marzo 2020].

Leone M. (2018) "The Art of Trolling: Semiotic Ingredients, Sociocultural Causes, Pragmatic and Political Effects", in E. Kimminich, J. Erdmann, A. Didzarević (a cura di) (2018) *Virality and Morphogenesis of Right–Wing Internet Populism*, "Welt – Körper – Sprache: Perspektiven kultureller Wahrnehmungs– und Darstellungsformen", 13, Peter Lang, Berlin *et al.*, 163–78.

Leone M. (2019) *City of Nostalgia: The Semiotics of Urban Retrotopias*, "Chinese Semiotic Studies", 15, 1: 77–94.

Leone M. (2019) "Semiotica del cibo comico: sul senso dell'ilarità alimentare", in A. Giannitrapani, I. Ventura Bordenca (a cura di) (2019) *Politiche della cucina: Discorsi, conflitti, culture*, numero monografico di "E/C", rivista online dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici, 27: 1–7.

Leone M. (2019) *Turismo narrativo: per una semiotica della reviviscenza culturale*, "E/C", rivista online dell'AISS, Associazione Italiana di Studi Semiotici, 28 novembre: 1–9.

Liebes T., Curran J. (a cura di) (1998) *Media, Ritual, and Identity*, Routledge, Londra e New York.

Linder B. (2011) *Terror in der Medienberichterstattung*, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden.

Liu H. (2007) *Social Network Profiles as Taste Performances*, "Journal of Computer–Mediated Communication", 13, 1: 252–75.

Lohlker R. (a cura di) (2013) *Jihadism: Online Discourses and Representations*, V&R unipress, Göttingen; Vienna University Press, Vienna.

Lombardi M. (2014) "Jihad et Internet", online, *Atlante geopolitico Treccani* 2014; disponibile nel sito http://www.treccani.it/geopolitico/saggi/2014/jihad-e-internet.html [ultimo accesso il 30 ottobre 2019].

Longo L.E. (2001) *I reparti speciali italiani nella seconda guerra mondiale 1940–1943*, Mursia, Milano.

Lorusso A.M. (2015) *Cultural Semiotics: For a Cultural Perspective in Semiotics*, Basingstoke, Hampshire, Houndmills; Palgrave Macmillan, New York.

Lozano J. (a cura di) (2012) *El secreto*, numero monografico de "La Revista de Occidente": 374–5 (luglio–agosto).

Maani S. (pseudonimo di Leone M.) (2019) *I giga di Gige: l'impatto dell'anonimato nella comunicazione contemporanea*, "RIFL: Rivista Italiana di Filosofia del Linguaggio", online: 101–9; disponibile presso il sito http://www.rifl.unical.it/index.php/rifl/article/view/520 [ultimo accesso il 14 marzo 2020].

MacCannell D. (1973) *Staged Authenticity: Arrangements of Social Space in Tourist Settings*, "American Journal of Sociology", 79, 3: 589–603.

Manetti G. (2008) *L'enunciazione: Dalla svolta comunicativa ai nuovi media*, Mondadori Università, Milano.

Medina L.K. (2003) *Commoditizing Culture: Tourism and Maya Identity*, "Annals of Tourism Research", 30, 2: 353–68.

Meyrowitz J. (1997) *No Sense of Place: Technology, Community, and Intimacy Redefined*, Jewish Theological Seminary, New York (NY).

Mullan J. (2007) *Anonymity: A Secret History of English Literature*, Princeton University Press, Princeton (NJ).

NATO STRATCOM (2017) *Internet Trolling as a Tool of Hybrid Warfare: The Case of Latvia*, online sul sito http://www.stratcomcoe.org/internet-*trolling*-hybrid-warfare-tool-case-latvia-0.

Nöth W. (1994) "The Semantic Space of Opposites: Cognitive and Localist Foundations", in K.I. Yamanaka, T. Ohori (a cura di) (1994) *The Locus of Meaning: Papers in Honor of Yoshihiko Ikegami*, Kurosio, Tokyo, 63–82.

O'Malley J.W. (2015) *Art, Controversy, and the Jesuits: The Imago Primi Saeculi (1640)*, Saint Joseph's University Press, Philadelphia (PA).

Ono A. (2007) *La Notion d'énonciation chez Émile Benveniste*, Lambert–Lucas, Limoges.

Orbaugh S. (2015) *Propaganda Performed: Kamishibai in Japan's Fifteen Year War*, Brill, Leida.

Ōzorasha H. [大空社編集] (2000) 戦時下標語集 [Senjika hyōgoshū; raccolta di slogan bellici], Ōzorasha [大空社], Tokyo.

Pabst S. (a cura di) (2011) *Anonymität und Autorschaft: zur Literatur– und Rechtsgeschichte der Namenlosigkeit*, De Gruyter, Berlino e Boston.

Paret P., Irwin Lewis B., Paret P. (1992) *Persuasive Images: Posters of War and Revolution from the Hoover Institution Archives*, Princeton University, Princeton (NJ).

Passarelli L. (2006) *La guerra italiana nei documentari dell'Istituto Luce, 1940–1943*, Prospettiva, Civitavecchia e Roma.

Passera F. (2005) *Les affiches de propagande, 1939–1945*, Mémorial de Caen, Caen.

Phillips W. (2015) *This is Why We Can't Have Nice Things: Mapping the Relationship between Online Trolling and Mainstream Culture*, The MIT Press, Cambridge (MA).

Poe N. (2005) "Big Contradictions in the Evolution Theory", disponibile online presso il sito https://www.christianforums.com/threads/big-contradictions-in-the-evolution-theory.1962980/page-3#post-17606580 [ultimo accesso 10 marzo 2020].

Poletti A., Rak J. (a cura di) (2014) *Identity Technologies: Constructing the Self Online*, The University of Wisconsin Press, Madison (WI).

Power A., Kirwan G. (a cura di) (2014) *Cyberpsychology and New Media: A Thematic Reader*, Psychology Press, Londra e New York.

Quill L. (2014) *Secrets and Democracy: From* arcana imperii *to* Wikileaks, Palgrave Macmillan, Houndmills, Basingstoke, Hampshire (UK) e New York.

Rahner H. (1964) "Der Grabschrift des Loyola", in Id. (1964) *Ignatius von Loyola als Mensch und Theologe*, Herder, Freiburg, 422–40.

Reisinger Y., Steiner C. (2006) *Reconceptualising Object Authenticity*, "Annals of Tourism Research", 33, 1: 65–86.

Revillard A. (2000) *Les interactions sur l'Internet*, "Terrains & Travaux", 1, 1: 108–29.

Riegl A. (1893) *Stilfragen: Grundlegungen zu einer Geschichte der Ornamentik*, G. Siemens, Berlino; trad. it. M. Pacor (1963) *Problemi di stile: fondamenti di una storia dell'arte ornamentale*, Feltrinelli, Milano.

Rockwell P.A. (2006) *Sarcasm and Other Mixed Messages: The Ambiguous Ways People Use Language*, Edwin Mellen Press, Lewiston (NY).

Roesler S. (2007) *Identity Switch im Cyberspace: Eine Form von Selbstinszenierung*, Peter Lang, Francoforte sul Meno e New York (NY).

Row T. (2002) *Mobilizing the Nation: Italian Propaganda in the Great War*, "The Journal of Decorative and Propaganda Arts", 24 (numero monografico su "Design, Culture, Identity: The Wolfsonian Collection"): 141–69.

Salvador M. (2015) *In gioco e fuori gioco. Il ludico nella cultura e nei media*, Mimesis, Milano.

Schlosser J. von (1934) *Die Wiener Schule der Kunstgeschichte, Rückblick auf ein Säkulum deutscher Gelehrtenarbeit in Österreich*, Wagner, Innsbruck.

Schwarz–Friesel M., Kromminga J.–H. (a cura di) (2014) *Metaphern der Gewalt: Konzeptualisierungen von Terrorismus in den Medien vor und nach 9/11*, Francke Verlag, Tübingen.

Sciola G. (2009) *L'immagine dei nemici. L'America e gli Americani nella propaganda italiana della Seconda guerra mondiale*, "Italies", 5, 19 dicembre 2009, online; disponibile nel sito http://italies.revues.org/2116 [ultimo accesso 18 ottobre 2019].

Semper G. (1977) *Der Stil in den technischen und tektonischen Künsten, oder praktische Aesthetik, ein Handbuch für Techniker, Künstler und Kunstfreunde*, 2 voll., Maander Kunstverlag, Mittenwald; trad. it. A.R. Burelli (1992) *Lo stile nelle arti tecniche e tettoniche, o Estetica pratica: manuale per tecnici, artisti e amatori*, Laterza, Bari.

Shachaf P., Noriko H. (2010) *Beyond Vandalism: Wikipedia Trolls*, "Journal of Information Science", 36, 3: 357–70.

Sinram J. (2015) *Pressefreiheit oder Fremdenfeindlichkeit? Der Streit um die Mohammed–Karikaturen und die dänische Einwanderungspolitik*, Campus Verlag, Francoforte sul Meno e New York.

Slocombe R. (2014) *British Posters of the Second World War*, Imperial War Museums, Londra.

Sniderman P.M., Petersen M.B., Slothuus R., Stubager R. (a cura di) (2014) *Paradoxes of Liberal Democracy: Islam, Western Europe, and the Danish Cartoon Crisis*, Princeton University Press, Princeton (NJ).

Spadaro A. (2013) *Il Papa, Twitter e lo spazio digitale*, "La Civiltà Cattolica", 164, 3903, 2 febbraio 2013: 220–333.

Spadaro A. (2014) *Papa Francesco e la comunicazione*, "La Civiltà Cattolica", anno 165, quaderno 3927, 1 febbraio 2014: 241–52.

Spadaro A. (2016) *@Franciscus su Instagram*, "La Civiltà Cattolica", 167, 3982, 28 maggio 2016: 394–99.

Sterling B. (1985) *Schismatrix*, Harbor House, New York; trad. it. G. Cossato, S. Sandrelli (1986) *La matrice spezzata*, Nord, Milano.

Sterling B. (1996) *Schismatrix Plus*, Ace Books, New York; trad. it. G. Cossato, S. Sandrelli (1996) *La matrice spezzata: Ciclo completo*, Nord, Milano.

Stryker C. (2012) *Hacking the Future: Privacy, Identity, and Anonymity on the Web*, Overlook Duckworth, New York (NY).

Suits B. (1978) *The Grasshopper. Games, Life and Utopia*, University of Toronto Press, Toronto and Buffalo (NY).

Thibault M. (2016) *Lotman and Play: For a Theory of Playfulness Based on Semiotics of Culture*, "Sign Systems Studies", 44, 3: 295–325.

Thibault M. (2016) *Trolls, Hackers, Anons: Conspiracy Theories in the Peripheries of the Web*, in Leone M. (2016) Complotti / *Conspiracies*, numero monografico di "Lexia", 23–24: 387–408.

Turton–Turner P. (2017) *Villainous Avatars: The Visual Semiotics of Misogyny and Free Speech in Cyberspace*, disponibile nel sito http://forumonpublicpolicy.com/vol2013.no1/vol2013archive/turton.pdf [ultimo accesso 20 maggio 2020].

Viganò D.E. (2016) *Fratelli e sorelle, buonasera: Papa Francesco e la comunicazione*, Carocci, Roma.

Vittori G. (1975) *C'era una volta il Duce: Il regime in cartolina*, Savelli, Roma.

Walter T. *et al*. (2011) *Does the Internet Change How We Die and Mourn? Overview and Analysis*, "Omega: Journal of Death & Dying", 64, 4: 275–302.

Wason P.C. (1962) *Psychological Aspects of Negation: An Experimental Enquiry and Some Practical Applications*, Communication Research Centre, University College, Londra.

Watzlawick P., Helmick Beavin J., Jackson D.D. (1967) *Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes*, Norton, New York.

Wherry F.F., Crosby V.T. (2011) "The Culture Bank: Symbolic Capital and Local Economic Development", in N. Bandelj, F.F. Wherry (a cura di) (2011) *The Cultural Wealth of Nations*, Stanford University Press & Row, Stanford, 139–55.

Winkler C.K., Dauber C.E. (a cura di) (2014) *Visual Propaganda and Extremism in the Online Environment*, Strategic Studies Institute and U.S. Army War College Press, Carlisle (PA).

Yang Y.–I. (2005) *Das Phänomen der Verneinung: Philosophisch, psychologisch und im Kulturvergleich untersucht*, Königshausen & Neumann, Würzburg.

Zhou Y., Moy P. (2006) *Parsing Framing Processes: The Interplay Between Online Public Opinion and Media Coverage*, "Journal of Communication", 57, 1: 79–98.

Zilberberg C. (2011) *Des formes de vie aux valeurs*, PUF, Parigi.

I SAGGI DI LEXIA

1. Gian Marco De Maria (a cura di)
   Ieri, oggi, domani. Studi sulla previsione nelle scienze umane
   ISBN 978-88-548-4184-0, formato 17 × 24 cm, 172 pagine, 11 euro

2. Alessandra Luciano
   Anime allo specchio. Le mirouer des simples ames *di Marguerite Porete*
   ISBN 978-88-548-4426-1, formato 17 × 24 cm, 168 pagine, 12 euro

3. Leonardo Caffo
   Soltanto per loro. Un manifesto per l'animalità attraverso la politica e la filosofia
   ISBN 978-88-548-4510-7, formato 17 × 24 cm, 108 pagine, 10 euro

4. Jenny Ponzo
   Lingue angeliche e discorsi fondamentalisti. Alla ricerca di uno stile interpretativo
   ISBN 978-88-548-4732-3, formato 17 × 24 cm, 356 pagine, 20 euro

5. Gian Marco De Maria, Antonio Santangelo (a cura di)
   La TV o l'uomo immaginario
   ISBN 978-88-548-5073-6, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 15 euro

6. Guido Ferraro
   Fondamenti di teoria sociosemiotica. La visione "neoclassica"
   ISBN 978-88-548-5432-1, formato 17 × 24 cm, 200 pagine, 12 euro

7. Piero Polidoro
   Umberto Eco e il dibattito sull'iconismo
   ISBN 978-88-548-5267-9, formato 17 × 24 cm, 112 pagine, 9 euro

8. Antonio Santangelo
   Le radici della televisione intermediale. Comprendere le trasformazioni del linguaggio della TV
   ISBN 978-88-548-5481-9, formato 17 × 24 cm, 244 pagine, 19 euro

9. Gianluca Cuozzo
   Resti del senso. Ripensare il mondo a partire dai rifiuti
   ISBN 978-88-548-5231-0, formato 17 × 24 cm, 204 pagine, 14 euro

10. Guido Ferraro, Antonio Santangelo (a cura di)
    Uno sguardo più attento. I dispositivi di senso dei testi cinematografici
    ISBN 978-88-548-6330-9, formato 17 × 24 cm, 208 pagine, 13 euro

11. Massimo Leone, Isabella Pezzini (a cura di)
Semiotica delle soggettività
ISBN 978-88-548-6329-3, formato 17 × 24 cm, 464 pagine, 30 euro

12. Roberto Mastroianni (a cura di)
Writing the city. Scrivere la città Graffitismo, immaginario urbano e Street Art
ISBN 978-88-548-6369-9, formato 17 × 24 cm, 284 pagine, 16 euro

13. Massimo Leone
Annunciazioni. Percorsi di semiotica della religione
ISBN 978-88-548-6392-7, formato 17 × 24 cm, 2 tomi, 1000 pagine, 53 euro

14. Antonio Santangelo
Sociosemiotica dell'audiovisivo
ISBN 978-88-548-6460-3, formato 17 × 24 cm, 216 pagine, 14 euro

15. Mario De Paoli, Alessandro Pesavento
La signora del piano di sopra. Struttura semantica di un percorso narrativo onirico
ISBN 978-88-548-6784-0, formato 17 × 24 cm, 88 pagine, 9 euro

16. Jenny Ponzo
La narrativa di argomento risorgimentale (1948–2011). Tomo I. *Sistemi di valori e ruoli tematici. Tomo* II. *Analisi semiotica dei personaggi*
ISBN 978-88-548-7751-1, formato 17 × 24 cm, 2 tomi, 788 pagine, 45 euro

17. Guido Ferraro, Alice Giannitrapani, Gianfranco Marrone, Stefano Trani (a cura di)
Dire la Natura. Ambiente e significazione
ISBN 978-88-548-8662-9, formato 17 × 24 cm, 488 pagine, 28 euro

18. Massimo Leone
Signatim. *Profili di semiotica della cultura*
ISBN 978-88-548-8730-5, formato 17 × 24 cm, 688 pagine, 40 euro

19. Massimo Leone, Henri de Riedmatten, Victor I. Stoichita
Il sistema del velo / Système du voile.
Trasparenze e opacità nell'arte moderna e contemporanea / Transparence et opacité dans l'art moderne et contemporain
ISBN 978-88-548-8838-8, formato 17 × 24 cm, 344 pagine, 26 euro

20. Mattia Thibault (a cura di)
Gamification urbana. Letture e riscritture ludiche degli spazi cittadini
ISBN 978-88-548-9288-0, formato 17 × 24 cm, 280 pagine, 20 euro

21. Ugo Volli
Alla periferia del senso. Esplorazioni semiotiche
ISBN 978-88-548-9465-5, formato 17 × 24 cm, 380 pagine, 22 euro

22. Giampaolo Proni
La semiotica di Charles S. Peirce. Il sistema e l'evoluzione
ISBN 978-88-255-0064-6, formato 17 × 24 cm, 480 pagine, 22 euro

23. Guido Ferraro, Antonio Santangelo (a cura di)
I sensi del testo. Percorsi interpretativi tra la superficie e il profondo
ISBN 978-88-255-0060-8, formato 17 × 24 cm, 208 pagine, 12 euro

24. Marianna Boero
Linguaggi del consumo. Segni, luoghi, pratiche, identità
ISBN 978-88-255-0130-8, formato 17 × 24 cm, 192 pagine, 16 euro

25. Guido Ferraro (a cura di)
Narrazione e realtà. Il senso degli eventi
ISBN 978-88-255-0560-3, formato 17 × 24 cm, 244 pagine, 15 euro

26. Alessandro Prato (a cura di)
Comunicazione e potere. Le strategie retoriche e mediatiche per il controllo del consenso
ISBN 978-88-255-0942-7, formato 17 × 24 cm, 164 pagine, 12 euro

27. Vitaliana Rocca
La voce dell'immagine. Parola poetica e arti visive nei Neue Gedichte di Rilke
ISBN 978-88-255-0973-1, formato 17 × 24 cm, 176 pagine, 12 euro

28. Vincenzo Idone Cassone, Bruno Surace, Mattia Thibault (a cura di)
I discorsi della fine. Catastrofi, disastri, apocalissi
ISBN 978-88-255-1346-2, formato 17 × 24 cm, 260 pagine, 18 euro

29. Patrícia Branco, Nadirsyah Hosen, Massimo Leone, Richard Mohr (edited by)
Tools of Meaning. Representation, Objects, and Agency in the Technologies of Law and Religion
ISBN 978-88-255-1867-2, formato 17 × 24 cm, 296 pagine, 18 euro

30. Simona Stano
I sensi del cibo. Elementi di semiotica dell'alimentazione
ISBN 978-88-255-2096-5, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 18 euro

31. Guido Ferraro
Semiotica 3.0. 50 idee chiave per un rilancio della scienza della significazione
ISBN 978-88-255-2318-8, formato 17 × 24 cm, 308 pagine, 18 euro

32. Simone Garofalo
Narrarsi in salvo. Semiosi e antropo–poiesi in due buddhismi giapponesi
isbn 978-88-255-2368-3, formato 17 × 24 cm, 516 pagine, 26 euro

33. Massimo Leone
Il programma scientifico della semiotica. Scritti in onore di Ugo Volli
isbn 978-88-255-2763-6, formato 17 × 24 cm, 228 pagine, 18 euro

34. Massimo Leone, Bruno Surace, Jun Zeng (edited by)
The Waterfall and the Fountain. Comparative Semiotic Essays on Contemporary Arts in China
isbn 978-88-255-2787-2, formato 17 × 24 cm, 360 pagine, 25 euro

35. Jenny Ponzo, Mattia Thibault, Vincenzo Idone Cassone (a cura di)
Languagescapes. Ancient and Artificial Languages in Today's Culture
isbn 978-88-255-2958-6, formato 17 × 24 cm, 236 pagine, 22 euro

36. Andrea Mazzola
Trasumano mon amour. Note sul movimento H+ (scritti 2015-2019)
Prefazione di Riccardo de Biase
Traduzione di Annamaria Di Gioia, Federica Fiasca, Francesco Tagliavia, Giorgio Cristina
isbn 978-88-255-3029-2, formato 17 × 24 cm, 288 pagine, 18 euro

37. Mattia Thibault
Ludosemiotica. Il gioco tra segni, testi, pratiche e discorsi
Prefazione di Ugo Volli
isbn 978-88-255-3212-8, formato 17 × 24 cm, 236 pagine, 16 euro

38. Massimo Leone
Colpire nel segno. La semiotica dell'irragionevole
isbn 978-88-255-3381-1, formato 17 × 24 cm, 252 pagine, 18 euro

Finito di stampare nel mese di giugno del 2020
dalla tipografia «The Factory S.r.l.»
00156 Roma – via Tiburtina, 912
per conto della «Gioacchino Onorati editore S.r.l. – unipersonale» di Canterano (RM)